

CIBERATIVISMO: COMO AS NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO ESTÃO A CONTRIBUIR PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Rebeca Freitas Cavalcante

Dissertação
de Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização
Estudo dos Media e do Jornalismo

MARÇO DE 2010



Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, especialização em Estudo dos Media e do Jornalismo, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor João Pissarra Esteves.

DECLARAÇÕES

Declaro que esta dissertação de projecto é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

Rebeca Freitas Cavalcante,

Lisboa, 25 de Março de 2010

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apresentada a provas públicas.

João Pissarra Esteves,

Lisboa, 31 de Março de 2010

Aos meus pais

RESUMO

CIBERATIVISMO: COMO AS NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO ESTÃO A CONTRIBUIR PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Rebeca Freitas Cavalcante

Palavras- chave: Movimentos sociais, media, democratização da comunicação, ciberativismo

As lutas sociais sempre acusaram os meios de comunicação tradicionais de estarem a favor das elites e de serem reprodutores dos discursos oficiais. Com o surgimento de meios supostamente mais democráticos – como a Internet –, e que permitem atuações a custos mais baratos, como esses movimentos se comportam? O que é ciberativismo? São questionamentos como esses que se colocam no trabalho. Como os movimentos sociais atuam nos novos media, como utilizam esses novos media para estruturarem suas lutas e se inserirem no novo Espaço Público, o mediatizado, que novos caminhos usam? Para isso, foram analisadas as relações dos media tradicionais e alternativos com os movimentos sociais e investigados exemplos de movimentos que estão inseridos nessa disputa por um espaço nos media.

ABSTRACT

CYBER ACTIVISM: HOW THE NEW MEDIA CONTRIBUTE TO MAKING COMMUNICATION MORE DEMOCRATIC

Rebeca Freitas Cavalcante

KEYWORDS: social movements, media, democratic communication, cyber activism.

Social movements always blamed the traditional communication media of being supportive of the elites and of reproducing the official discourse. With the emergence of more democratic communication media - such as the internet -, media that also allow for cheaper activities, how do these social movements behave? What is cyber activism? These are the questions we face in this dissertation. How do the social movements behave in the new media, how do they use these new media to structure its causes and to establish themselves in the new public sphere, the mediatic one, which new paths are they using? To answer these questions, we analyzed the relationships between the tradition and alternative media with the social movements and we examined examples of social movements taking part in this struggle for visibility in the media.

ÍNDICE

Introdução	9
Metodologia	10
Capítulo I: Movimentos sociais	11
I. 1. Movimentos sociais e os media tradicionais	15
I. 2. Movimentos sociais e comunicação alternativa	18
Capítulo II: Democracia e Internet	23
Capítulo III: Ciberativismo	37
III. 1. Modalidades de ciberativismo	45
III. 2. Exemplos de ciberativismo	47
III. 2. 1. MST	47
III. 2. 2. EZLN	52
Capítulo IV: Adital	55
Considerações finais	65
Referências Bibliográficas	67

Introdução

As lutas sociais sempre acusaram os meios de comunicação tradicionais de estarem a favor das elites e de serem reprodutores dos discursos oficiais. Com o surgimento de meios supostamente mais democráticos – como a Internet –, sem controle de conteúdo, e que permitem atuações a custos mais baratos, como esses movimentos se comportam?

Este é questionamento principal deste trabalho, embora outros se façam necessários. Entre eles: como é essa atuação? Como os movimentos sociais utilizam os novos meios de comunicação para estruturarem suas lutas e se inserirem no novo Espaço Público, o mediatizado? Que novos caminhos estão a ser usados? Quais os problemas enfrentados pelos movimentos que utilizam os novos meios de comunicação? Esses novos meios são apenas suporte para as lutas nas ruas ou existe uma prática própria do ativismo para eles? Como a sociedade vê esse novo espaço de luta?

Para compreender essas questões, que pela rapidez das novas tecnologias são superadas em pouco tempo, este trabalho divide-se em quatro partes. Na primeira, é feita uma discussão sobre os movimentos sociais, como eles atuam no dia a dia das sociedades. Além de se discutir a relação desses movimentos sociais com os media. Nesse sentido, será discutido, primeiro, a relação dos movimentos sociais com os media tradicionais. Para Maria da Glória Gohn, os media são o filtro ou o espelho dos movimentos sociais (GOHN, 2000: 39). Em seguida, a discussão versa sobre os movimentos sociais e a comunicação alternativa.

Na segunda parte do trabalho é colocada a discussão sobre o papel da internet na democratização da comunicação. Nascida carregando consigo a esperança de tornar a comunicação mais justa e igualitária, a Internet apresenta, atualmente, inúmeros desafios. Desafios esses que vão muito além da exclusão digital, passa por ausência de credibilidade, forte presença de conteúdo cujo objetivo é apenas o entretenimento e consumo, entre outros.

Em seguida, no terceiro capítulo, é apresentado o ciberativismo. Os conceitos teóricos existentes, as práticas, e exemplos de conteúdo. Além de ser feito uma contextualização do surgimento dessa mobilidade, que momento histórico permitiu o fortalecimento do ciberativismo. Dentro do ciberativismo, faz-se importante entender a atuação dos movimentos sociais *off-line* para chegar às mudanças trazidas pelas atuações *on-line*.

Nas definições dos tipos de ciberativismo, são usadas as modalidades apresentadas por Sandor Vegh. A classificação ajuda a compreender os diferentes espaços de atuação do ciberativismo. Após a apresentação das modalidades, na última parte, é apresentado como dois movimentos sociais, neste caso o maior da América Latina, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, e o precursor do ciberativismo, o Exército Zapatista de Libertação Nacional, utilizam

os novos meios de comunicação.

Na última parte do trabalho, é apresentada a Agência de Informação Frei Tito para a América Latina. Como a agência atua, quais as dificuldades enfrentadas e os dilemas que se colocam entre ser uma agência comprometida com os movimentos sociais, que os privilegia enquanto fonte de informação, e as exigências de um trabalho jornalístico, ordenado por padrões éticos, que deve, nomeadamente, respeitar a multiplicidade de fontes e vozes relevantes sobre as diversas matérias em discussão.

O tema dos novos meios de comunicação ainda está em seus estudos iniciais. A relação desses com os movimentos sociais é, então, ainda menos estudada. Na literatura académica sobre o os media e os movimentos sociais, destacam-se nomes como John Downing, Dahlberg, Gohn, e são eles mesmos quem chamam a atenção para a pouca discussão existente. Assim, o desenvolvimento deste trabalho sobre o tema se faz necessário pela atualidade e importância do assunto na sociedade atual.

Metodologia

Para desenvolver este trabalho, foram utilizados dois tipos de fontes de pesquisa: fontes primárias (entrevistas) e fontes secundárias (referências bibliográficas). As fontes primárias são as fontes originais, contemporâneas aos fatos que estão sendo estudados e diretamente ligadas ao objeto de estudo. Recebem este nome por conter informações de "primeira-mão", ou seja, informações que não se encontravam registradas em nenhum documento anterior. Exemplos de fontes primárias são os documentos originais, como a Carta de Pêro Vaz de Caminha ao Rei de Portugal, ou as produzidas diretamente pelo(a) pesquisador(a), como foi o caso deste trabalho com a realização de entrevistas presenciais e por e-mail, com integrantes da equipe da Agência de Informação Frei Tito para a América Latina (SIMÕES, s/a). É fonte de primeira mão a pesquisa feita in loco, entrevistando, segundo regras, uma amostra fidedigna e suficiente de membros de uma empresa ou instituição (ECO, 2005: 41).

A realização de entrevistas se deu porque as atividades da Adital decorrem no momento presente; e ir diretamente à fonte permite trazer novas discussões sobre a relação dos media com os movimentos sociais.

Já as fontes secundárias são as que trazem informações colhidas a partir de fontes primárias, quando não dispormos de documentos originais, mas possuem o mesmo valor de uma fonte primária (SIMÕES, s/a). Neste trabalho, as fontes secundárias foram utilizadas para realizar o enquadramento teórico, assim como para entender, de um modo geral, as questões que se colocam na relação entre media, democracia e movimentos sociais.

I. Movimentos sociais

A história das lutas do homem pela ampliação dos direitos e por melhores condições de vida está, no senso comum, atrelada à história dos movimentos sociais identificados com os ideais revolucionários. Para Heberle, os movimentos são sintomas de descontentamento dos indivíduos com a ordem social vigente e seus objetivos principais seriam a mudança dessa ordem. Ele define os movimentos sociais como um tipo especial, de grupo social, com uma estrutura particular, que contém grupos organizados ou não-organizados. Segundo Heberle, para a ação de um grupo ser considerada um movimento social é necessário que haja consciência grupal, sentimento de pertença ao grupo, solidariedade de identidade (HEBERLE *apud* GOHN, 2000: 38).

Os movimentos seriam forças autônomas agindo num espaço não coberto por partidos e sindicatos e, com isso, completando-os no processo de peleja política. Para Peruzzo, os movimentos sociais não são vistos como superadores dos partidos e sindicatos, mas também a questão não é subestimar as organizações sociais não partidárias nem sobrestimar as organizações partidárias e sindicais – e vice-versa. Elas se complementam, sendo todas as formas de organizações salutares ao esforço de democratização da sociedade (PERUZZO, 1998: 36).

Ainda mais num momento em que “o partido, em sua dinâmica interna e organização, já não pode constituir o 'locus' principal de participação. Nesse sentido, os movimentos constituem uma tentativa de romper o oligopólio do partido na oferta de participação política, ampliando a esfera dos canais legítimos” (BOSCHI *apud* Peruzzo, 1998: 32).

Nesta ótica, segundo Durham, os estudos dos movimentos populares preocupam-se “*com o significado para aqueles que deles participam*”, mas também com o sentido político-cultural transformado – não necessariamente em termos de ruptura imediata – que vão experimentando na dinâmica da ação coletiva democratizadora da sociedade civil (PERUZZO, 1998: 33).

Enquanto Peruzzo fala em complementaridade entre movimentos sociais, sindicatos e partidos; Downing defende que os movimentos sociais constituem uma das expressões mais dinâmicas de resistência e considera que os partidos e sindicatos são instituições mais estáveis e duradouras.

Peruzzo acrescenta que a história dos movimentos sociais populares revela que uma carência, num primeiro momento sentida individualmente – por exemplo, a falta de um serviço de atendimento médico-hospitalar num bairro –, pode vir a contribuir para uma ação conjunta, num processo de transição da consciência-organização-articulação-ação para uma demanda coletiva. A satisfação de certas necessidades passa de sua apreensão enquanto direitos individuais para sua

compreensão como direitos da pessoa humana e de todos os que estão na mesma situação. Por exemplo, a noção de direito ao atendimento médico conduz à de direito à saúde e, daí, à de direito ao posto de saúde.

Os partidos políticos, à medida que se “oficializam”, são cada vez mais insensíveis às necessidades do público. Em muitos países, os processos políticos são construídos pelas demandas da televisão e campanhas publicitárias. Com isso, os partidos legislam, mas não lideram movimentos importantes da opinião social, fazendo com que as questões mais importantes da sociedade sejam encontradas dentro, e no entorno, dos movimentos sociais, não nas instituições oficiais da democracia (DOWNING, 2002: 58).

Os movimentos sociais estão onde a ação está e é em torno de sua agenda que acontecem o debate público, o diálogo e a conversa. Momentos dramáticos, conflitos e cisões e, geralmente, uma intensa interação com as forças e as subculturas que estão em sua fronteiras, bem como em oposição a eles. A comunicação e a mídia, tanto dentro quanto fora de suas fileiras, desempenham um enorme papel na trajetória dos movimentos (DOWNING, 2002: 59).

Melucci, citado por Gohn, discorda da visão de que os movimentos são resultado de uma carência social, de uma crise. “Movimentos são um sinal; eles não são meramente o resultado de uma crise. Eles assinalam uma profunda transformação na lógica e no processo que guiam as sociedades complexas. Como os profetas, eles falam antes: eles anunciam o que está tomando forma mesmo antes de sua direção e conteúdo tornarem-se claros. Os movimentos contemporâneos são os profetas do presente (...) São uma lente por meio da qual problemas mais gerais podem ser abordados”. Os movimentos sociais são capazes de transformar a cultura através de sua atuação, institucionalizam práticas sociais e mudam a linguagem cultural de uma época (MELUCCI *apud* Gohn, 2000: 157).

Já para Manuel Castells, os movimentos sociais podem ser tanto conservadores, como revolucionários, ambas as coisas ou nenhuma delas. “Não há movimentos sociais ‘bons’ ou ‘maus’. Todos eles são sintomas de nossas sociedades e, todos eles causam impacto nas estruturas sociais, em diferentes graus de intensidade e com resultados distintos” (CASTELLS, 2003: 114).

Castells entende que os princípios de Touraine¹ podem ser coerentemente adaptados da seguinte forma: identidade é como o movimento se define, o que ele é e em nome de quem se pronuncia; adversário é o termo usado para fazer referência ao principal inimigo do movimento, conforme o expressamente declarado pelo próprio movimento; objetivo corresponde à visão do

¹ Alain Touraine define movimento social de acordo com três princípios: identidade do movimento, o seu adversário e a visão ou modelo social do movimento, que aqui denomino objetivo. (CASTELLS, 1997: 67)

movimento sobre o tipo de ordem ou organização social que procura no horizonte histórico da ação coletiva que promove.

A definição de Castells se faz importante para entender o papel dos movimentos sociais em nossa sociedade, mas, neste trabalho, o foco serão os movimentos que se identificam com projetos políticos de esquerda. Movimentos que Maria da Glória Gohn chama de movimentos sociais libertários. Assim, buscaremos entender como as manifestações que se constroem em defesa de condições de vida, pautadas pelo desejo de interferir no processo histórico e pela vontade de se posicionar como sujeitos (PERUZZO, 1998: 25 – 3a. Edição 2004) se relacionam com os novos meios de comunicação.

Vale ressaltar, mais uma vez, como mostra a investigação feita por Castells sobre três movimentos sociais distintos, que também grupos ideologicamente conservadores como as milícias norte-americanas, Os Patriotas² (que estão presentes nos diferentes estados, mas não pertencem a um mesmo grupo), ou os japoneses Sacerdotes do Apocalipse³, utilizam os novos meios de comunicação para difundir suas crenças e práticas.

Para Castells, nos movimentos sociais da Era da Informação há uma “luta para mudar os códigos de significado nas instituições e na prática da sociedade, é a luta essencial no processo de mudança social no novo contexto histórico (...) o que caracteriza os movimentos sociais na sociedade em rede é que eles têm de preencher o vazio deixado pela crise das organizações verticalmente integradas, herdadas da Era Industrial” (CASTELLS, 2003: 116).

De acordo com Castells, os movimentos mais influentes devem ser, concomitantemente, enraizados em seu contexto local e voltados para um impacto global. Eles precisam da legitimidade e do apoio fornecidos por seu embasamento em grupos locais, mas não podem permanecer localizados, ou perderiam sua capacidade de agir sobre fontes reais de poder em nosso mundo. Invertendo o conhecido mote de 25 anos atrás, os movimentos devem pensar localmente (respondendo a seus próprios interesses e identidade) e agir globalmente – no nível em que realmente importa.

² Eles são, basicamente, os fazendeiros insatisfeitos das regiões oeste e centro-oeste do país, apoiados pelos mais diversos segmentos da sociedade de cidades de pequeno porte, desde donos de lanchonetes até pastores de igrejas. Contudo, o movimento encontra adeptos por todo o país, inclusive em áreas urbanas. O movimento patriótico, apesar de suas múltiplas facetas, tem claramente definido seus objetivos (soberania das comunidades locais), crenças (homem branco heterossexual cristão) e inimigos (governo federal dos Estados Unidos) comuns. Esse conjunto de valores e finalidades é o responsável pela construção de sua visão de mundo e pela definição do movimento propriamente dito. O adversário do movimento é o governo federal (e, nesse sentido, muito distinto dos nazistas e fascistas tradicionais que defendem um Estado forte). Em sua visão, as unidades básicas da sociedade são o indivíduo, a família e a comunidade local. Além desse nível imediato de reconhecimento pessoal, o governo é, na melhor das hipóteses, tolerado como a expressão direta da vontade do cidadão, por exemplo, governos de condado, com autoridades eleitas bastante acessíveis e que possam ser monitoradas pessoalmente. Os escalões mais altos do governo são vistos com desconfiança, e o governo federal é considerado absolutamente ilegítimo (CASTELLS, 1997: 70).

³ Comunidade espiritual formada pelos corpos de seguidores sem individualidade própria. Têm como adversários o governo mundial e a polícia japonesa, eles objetivam sobreviver ao apocalipse. Em 1995, o grupo foi responsável pelo maior ataque terrorista da história do Japão, no metro de Tóquio (CASTELLS, 1997: 71).

Dito isso, voltemos para as definições que nos ajudam a compreender o que são os movimentos sociais e quais são as realidades que os fazem emergir. Arato e Cohen identificam três diferentes sentidos em que a expressão foi usada. Na primeira, o modelo mais antigo, referia-se a rebelião das massas, à multidão em tumulto, agindo de maneira cega e insensata. Na segunda, em oposição, os movimentos sociais são vistos como atores racionais. Sem posses, os integrantes da massa precisam criar recursos alternativos para exercer influência sobre o processo político e de alocação. Assim, eles recorrem a greves, passeatas e manifestações semelhantes. São ações cuidadosamente exercidas por aqueles que não têm riqueza, nem poder estatal para interferir na política por outros caminhos. E, por último, os chamados Novos Movimentos Sociais, que atuam mais relacionados a um senso de crescimento e de identidade pessoal, em interação com a subcultura do movimento, do que em função da luta contra os ganhos econômicos da classe capitalista (DOWNING, 2002: 65).

Segundo Gohn, a aplicação da teoria parsoniana⁴ deu origem a uma abordagem funcionalista⁵ dos movimentos sociais, estes são vistos como formas de comportamento coletivo originadas em períodos de inquietação social, de incerteza, de impulsos reprimidos, de ações frustradas, de mal-estar, de desconforto. Os hábitos e os costumes que durante longo tempo serviram para resolver os problemas da vida do povo estariam se afrouxando. Isso significaria que as formas anteriores de controle social estariam se desintegrando.

Cicília Peruzzo discute as contribuições e as limitações dos movimentos sociais. Enquanto na primeira categoria ela destaca a formação de um lastro social importante para a construção de uma nova cultura política de base e a influência nas transformações mais amplas do sistema político e cultural; nas limitações, ela apresenta um ponto fundamental para entendermos as novas possibilidades permitidas pelo surgimento das novas tecnologias de comunicação: a natureza local que os movimentos sociais costumam ter.

Os movimentos sociais são usualmente reconhecidos apenas como locais ou “paroquiais” em suas perspectivas, descontínuos e efêmeros em sua existência, cingidos a experiências comunitárias de democracia direta e organizados ao redor de reivindicações específicas, que postulam ao Estado a atenção a demandas concretas, cuja satisfação redundaria em geral em sua desmobilização ou extinção (PERUZZO, 1998: 34).

⁴ Teoria desenvolvida por Talcott Parson, na qual as motivações dos atores sociais são integradas em modelos normativos que regulam as condutas e as apreciações recíprocas. Assim se explica a estabilidade da ordem social e sua reprodução em cada encontro entre os indivíduos.

⁵ Segundo Parsons, o funcionalismo entende que a sociedade e a respectiva cultura formam um sistema integrado de funções. Nas Ciências Sociais, especificamente na sociologia e na antropologia sociocultural, o funcionalismo (também chamado análise funcional) é uma filosofia sociológica que originalmente tentava explicar as instituições sociais como meios coletivos de satisfazer necessidades biológicas individuais. (PARSONS *apud* Gohn, 1997: 39)

Sidney Tarrow, citado por Gohn, também destaca a capacidade de comunicação como uma aliada dos movimentos sociais. O poder dos movimentos sociais deriva de um misto de recursos internos e externos. Para os organizadores de um movimento terem sucesso, eles dependem não apenas de uma organização, mas de redes sociais que dêem suporte ao movimento, e das estruturas de mobilização que ligam uns aos outros. Dependem também dos media para a comunicação com seus aliados, adversários e para inovarem na tentativa de atingirem um público mais amplo. Eles podem formatar opiniões tendo em vista a sua difusão pelos media para mobilizar seus seguidores. Os media podem difundir os movimentos sociais para novos públicos. Novas correlações de forças passam a ser estabelecidas (TARROW *apud* Gohn, 2000: 49).

É essa relação movimentos sociais e meios de comunicação que analisaremos nos próximos tópicos deste capítulo. Vale destacar, de início, que os movimentos sociais se relacionam com os meios de comunicação de duas maneiras. Através dos grandes media, onde a disputa por espaço é constante, e de meios de comunicação próprios, para que não precisem de intermediários.

I. 1. Movimentos sociais e os media tradicionais

No Brasil, historicamente, os grandes media são apontados como rivais dos movimentos sociais. Segundo os próprios, eles nunca são ouvidos como fonte de informação e suas lutas nunca são apresentadas. Entre a Revista Veja – a edição impressa de maior tiragem do país – e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) – o principal movimento social do país – há um conflito de décadas.

A relação entre esses media e os movimentos é analisada pela socióloga Maria da Glória Gohn. Ela refere, em suas diferentes teorias dos movimentos sociais, que estudos recentes tentam enfatizar o papel dos media nos movimentos políticos, caracterizando esses media como filtro ou espelho dos movimentos sociais. E ressalta que essa tentativa de relacionar os media e os movimentos sociais não é nova, a novidade está nos tipos de meios de comunicação enfatizados nos anos 90, incluindo aí o uso da informática nas redes da Internet, e na utilização de instrumentos e conhecimentos científicos sobre a comunicação.

Castells também percebe a Internet como uma nova forma de atuação dos movimentos sociais junto dos meios de comunicação. Segundo ele, informalidade e espontaneidade relativas foram, em geral, marcas dos movimentos sociais mais produtivos, agora, a novidade é sua interconexão via Internet, porque ela permite aos movimentos serem diversos e coordenados ao mesmo tempo, engajar-se num debate permanente sem contudo serem paralisados por ele, já que cada um de seus nós pode reconfigurar uma rede de suas afinidades e objetivos, com sobreposições parciais e conexões múltiplas. O movimento antiglobalização não é simplesmente uma rede, é uma

rede electrónica, e um movimento baseado na Internet. E como a Internet é seu lar, não pode ser desarticulado ou aprisionado.

Para Shaw, a relação entre media e movimentos sociais tornou-se, a partir dos anos 90, tão estreita, tendo contribuído para que os media tomassem o lugar de instituições políticas tradicionais, mas também para que os próprios movimentos sociais, que tiveram muito poder de pressão nos anos 70 e 80, acabassem por ser suplantados pelo poder dos media (GOHN, 2000: 20).

A mídia sempre teve um papel importante junto aos movimentos sociais, quer seja por meio do rádio e da TV, dos folhetins, da grande imprensa e, contemporaneamente, via multimídia. Entretanto, nos anos 90, esta importância assume um papel estratégico e político. A mídia tem o poder de construir ou de contribuir para a destruição de um movimento social. Por isto, nos anos 90, um dos componentes mais importantes de um movimento social são as representações simbólicas que ele constrói por intermédio da mídia ou que a mídia constrói sobre ele (...) As representações da mídia sobre os movimentos são condensadas de forma a construir no imaginário da população uma cultura política sobre o movimento (GOHN, 2000: 21).

No conflito entre os grandes media brasileiros e os movimentos sociais, uma palavra é recorrente por parte dos movimentos: criminalização. Os movimentos sociais acusam os media de criminaliza-los, noticiá-los como baderneiros, violentos. Segundo Volanin, ao tentar incriminar os movimentos sociais, a classe dominante, através dos meios de comunicação, apresenta a sua versão de classe dos factos como pensamentos da sociedade como um todo. A ideologia dominante é colocada como um conjunto de idéias consensuais de todos os indivíduos da sociedade. Pretende com isso ganhar o apoio, principalmente, de setores da classe média, utilizando os meios de comunicação para incriminar os movimentos sociais e seus líderes. A sociedade acaba por ser convencida e levar em consideração que o ato de lutar por um direito torna-se um crime contra a ordem social. Os media tornam-se também cada vez mais uma importante influência no processo de criminalização dos movimentos sociais, enquanto instância de controle informal. Este meio ideológico, em geral, busca desqualificar, ou ainda, "satanizar" as ações dos movimentos, colocando-os como algozes, responsabilizando-os pela intransigência, intolerância e violência. Acontece um descredenciamento dos movimentos sociais, apresentando-os como grupos subversivo-revolucionários, arruaceiros, desordeiros e criminosos, muitas vezes com teor terrorista. A denúncia distorcida e as falsas acusações tornam-se atualmente as atitudes mais comuns que os grandes media utilizam para "demonizar" os movimentos sociais, tratando-os como insignificantes, irresponsáveis, que atentam contra as leis do mercado e trazem prejuízos para a economia e a ordem pública. Irados editoriais, grandes manchetes, fotos provocadoras, notícias exageradas, produções novelistas, literárias, colunas e o jornalismo tendencioso buscam fazer constantes críticas aos movimentos sociais, tratando-os de subversivos, revolucionários entre outros "títulos" ora dados.

Substitui-se a notícia das razões das manifestações pelos confrontos com a polícia. Conhece-se um movimento a partir do confronto. Os movimentos sociais só se tornam notícia quando a polícia entra em confronto com eles. É por isso que muitos os rejeitam sem conhecê-los; os media, ao criminalizarem um movimento popular, criminalizam os sujeitos nele inseridos.

De facto, ao acompanhar a cobertura dos maiores meios de comunicação do país, como Veja e Rede Globo, se pode perceber a tentativa de desqualificar os movimentos sociais, especialmente os de luta pela reforma agrária. Por isso é que Downing defende, como veremos no tópico a seguir, que os movimentos sociais tenham seus próprios meios. Como defendeu o movimento negro norte-americano, durante o processo de criação da sua identidade, pouco após a abolição da escravidão nas colônias do sul do país: “não mais deixemos que os outros falem por nós”.

Para Downing é incompreensível que tantos especialistas em movimentos sociais considerem possível analisar a dinâmica desses movimentos sem uma reflexão sistemática sobre os media e a sua comunicação: *“A comunicação e a mídia, tanto dentro quanto fora de suas fileiras, desempenham um enorme papel na trajetória dos movimentos. Estranhamente, porém, grande parte da literatura sobre os movimentos sociais evita envolver-se numa discussão metódica sobre a questão da mídia e da comunicação”* (DOWNING, 2002: 59).

As representações da mídia sobre os movimentos são condensadas de forma a construir no imaginário da população uma cultura política sobre o movimento. A cultura política “determina fundamentalmente o significado das práticas sociais e, portanto, quais grupos e indivíduos têm o poder de definir estes significados. A cultura política tem também relação com a subjetividade e com a identidade desde que a cultura joga um papel central na constituição do senso de nós próprios” (JORDAN e WEEDON apud Gohn, 2000: 22)

Gohn revela que sociólogos europeus, como Touraine, Laclau, Mouffe, Melucci e Offe, destacam o papel dos media junto aos novos movimentos sociais. Eles afirmam que os movimentos usam os media e as atividades de protesto para mobilizar a opinião pública a seu favor, como forma de pressão sobre órgãos e políticas estatais. O papel dos media nos movimentos sociais, a partir dos anos 90, representa uma nova forma de intervenção na política.

Tanto para Downing quanto para Gohn, a importância da comunicação e dos media para a construção da imagem de um movimento social junto à sociedade é fundamental. No entanto, vale destacar que cada um deles trata de meios de comunicação com naturezas distintas. Enquanto Gohn trabalha com a ideia de que esses movimentos devem disputar espaço nos grandes media, Downing destaca a importância de os movimentos terem seus próprios meios de comunicação. Não que este autor ignore a importância de ocupar espaços nos grandes media, mas seu trabalho versa fundamentalmente sobre formas alternativas de fazer comunicação. Com um ética e prática diferentes dos meios de comunicação tradicionais.

I. 2. Movimentos sociais e comunicação alternativa

Com alguma especificidade ou outra, a comunicação alternativa tem muitos nomes. Imprensa alternativa, media radicais, comunicação popular. A denominação se refere, de maneira ampla, aos meios de comunicação não dependentes dos financiamentos tradicionais, como grandes anunciantes privados ou estatais. Os meios podem ser jornais, revistas, almanaques, emissoras de rádio e televisão e – já a partir do final da década de 90 - em sítios, blogs e boletins de internet. As temáticas também variam e podem tratar de política, cultura, comportamentos, minorias (SADER e JINKINGS, 2006: 680).

A definição de Sader, um dos principais teóricos da esquerda brasileira, que atrela a comunicação alternativa ao modo de financiamento do meio de comunicação parece ser algo estacionada nas décadas de 60, 70 e 80. Pelo menos no Brasil hoje, publicações que se colocam como porta-vozes dos movimentos sociais já têm em suas páginas publicidade estatal e até de empresas privadas. A Revista Caros Amigos, de forte identificação com a esquerda e o MST, já trouxe em suas páginas publicidade da Vale do Rio Doce. Ex-estatal, a empresa é constantemente criticada pelos movimentos sociais pelo processo de sua privatização.

Em discussões sobre democratização da comunicação pelo país, é comum a reivindicação dos meios de comunicação alternativos para que o governo os patrocine, assim como faz com os grandes veículos. Certamente, o facto de o Brasil ter um presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, que saiu das lutas sindicais faz com que esses comunicadores entendam que essa é uma reivindicação justa, pois se o governo pode publicar milionárias propagandas em revistas e televisões que o criticam ferozmente, por que não contribuir para o desenvolvimento de meios que defendem as posições governamentais?

A Agência de Notícias Frei Tito para a América Latina (Adital), que será objeto de análise mais detalhada no último capítulo deste trabalho, tem em sua página de internet banners dos governos estadual e municipal. Esse facto tira dela o carácter alternativo? Não. Apenas aponta que os novos meios de comunicação não são a única mudança que a relação movimentos sociais e media sofreu. Junto com os movimentos sociais, também a comunicação alternativa se redesenha ante a nova realidade política brasileira.

Voltemos um pouco à história da comunicação alternativa, para entender sua evolução e importância na busca pela democracia no Brasil e na América Latina como um todo. Ela surge, com mais destaque, na América Latina aquando dos governos autoritários, que dominaram os países da região entre as décadas de 60 e 90.

No Brasil não foi diferente. Surgidos na esteira do golpe militar de 1964, os primeiros jornais alternativos formaram o que Regina Festa chama de uma comunicação de resistência (KUCINSKI, 2003: 33). De 1964 a 1978, as características da produção comunicacional alternativa passaram por diferentes etapas. Em cada fase eram diferentes as motivações e o caráter da articulação entre seus protagonistas e deles com a sociedade civil. Surgiam novas propostas estéticas e operacionais, mudava o relacionamento com os leitores. Dessas mudanças no imaginário dos protagonistas da imprensa alternativa é que se retira uma periodização elucidativa do que foi o ciclo alternativo (KUCINSKI, 2003: 33).

A efervescência da comunicação popular no Brasil se deu num momento onde os meios massivos se revelam comprometidos, estrutural e conjunturalmente, com a ordem estabelecida (PERUZZO, 1998: 120 – 3a. Edição 2004).

O aparelho militar distinguia os jornais alternativos dos demais, perseguindo-os e submetendo os que julgava mais importantes a um regime especial, de censura prévia. No fim dos anos 70 e início dos 80, quando a articulação da sociedade civil atingiu um novo patamar – com greves como a do ABC Paulista – a imprensa alternativa passou a figurar como um dos alvos principais da ditadura militar (KUCINSKI, 2003: 35).

Kucinski aponta que, à época, havia duas classes de jornais alternativos: os predominantemente políticos, que valorizavam fortemente tudo o que era nacional e popular, e os identificados com o movimento de contracultura norte-americano, que rejeitavam toda a primazia do discurso ideológico.

Essa imprensa alternativa brasileira surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que se propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. As estruturas de poder da imprensa alternativa explicitavam propósitos democráticos e participativos, mas sucumbiam aos métodos dos partidos clandestinos na luta pela conquista da hegemonia nos jornais (KUCINSKI, 2003: 37).

A imprensa alternativa dos anos de 1970 pode ser vista, no seu conjunto, como sucessora da imprensa panfletária dos pasquins e da imprensa anarquista, na função social de criação de um espaço público reflexo, contra-hegemônico (KUCINSKI, 2003: 37).

Apesar de no Brasil os exemplos mais fortes de comunicação alternativa, durante o período militar, terem se desenvolvido nos meios impressos, de jornais e revistas, as rádios comunitárias também já buscavam seu lugar. “As rádios livres começaram a aparecer nos anos setenta, numa

época em que os meios de comunicação de massa estavam, de forma predominante, nas mãos de pessoas ou grupos privilegiados com a concessão de canais, por decisão unilateral do poder executivo federal” (PERUZZO, 1998: 163 – 3a. Edição 2004).

As rádios livres, mesmo que algumas possam ter sido decorrência de aventuras sem maiores pretensões políticas, são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço (PERUZZO, 1998: 163 – 3a. Edição 2004).

De acordo com Downing, não é coincidência que os períodos de ditadura sejam os mesmos do fortalecimento da comunicação alternativa. Em tempos de linha dura, os movimentos sociais se fortalecem, tornam-se mais organizados. Para ele, a ascensão desses movimentos parece ocasionar e, ao mesmo tempo, ser ocasionada pelos media radicais. Em períodos em que os movimentos refluem, o fluxo dos media alternativos também diminui.

Mas a questão não termina aí. Bem entendida, a relação entre os movimentos sociais e a mídia radical não é uma relação de base e superestrutura, mas de forte interdependência dialética (DOWNING, 2002: 55).

Para os movimentos anarquistas, a comunicação efetiva no interior dos movimentos e praticada por eles é uma necessidade vital para que eles possam ocorrer e prosperar. Só assim a mudança social construtiva vai poder erigir-se sobre os alicerces da atividade das massas, da automobilização (DOWNING, 2002: 55).

O fim da ditadura militar não significou o fim dos meios de comunicação alternativos, mas, na literatura sobre o tema, percebe-se um enfraquecimento dos mesmos. Há menos relatos de meios alternativos fortes a partir da segunda metade da década de 80. A expectativa de que a nova Carta Magna brasileira (que data de 1988) fosse resolver os problemas da concentração dos meios de comunicação em mãos das elites pode ser um explicativo.

Em 1980, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) lançou o Relatório MacBride, também chamado de *Um Mundo e Muitas Vozes*, no qual analisava a situação da comunicação mundial. Já nesse relatório era referido que para contrapor à alta concentração mediática era necessário o fortalecimento de uma comunicação alternativa (PAIVA, 2002: 12). Para Melo, esse objetivo de desconcentração torna-se mais eficaz com o surgimento da Internet (MELO *apud* Góes, 2006: 1).

Castells vai além de Melo, ao considerar que a Internet é o espaço no e pelo qual os movimentos sociais do século XXI se manifestam. “O ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em que a diversidade de divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (CASTELLS, 2003: 114-115).

Desde o final da década de 90, a discussão em torno da relação movimento social e media tem se focado nas novas tecnologias, especialmente na internet – no Brasil, as mobilizações sociais através do telemóvel ainda não ganharam força.

Peruzzo discute a comunicação de forma próxima a Downing, buscando entender a comunicação alternativa e seus modos de atuação. Para Peruzzo, a comunicação alternativa encerra uma crítica da realidade e um anseio de emancipação, na luta por uma sociedade justa. No Brasil, como produto de uma situação concreta, seu conteúdo, nos últimos anos, é essencialmente configurado por denúncias das condições reais de vida, oposição às estruturas de poder geradoras de desigualdades, estímulo à participação e à organização, reivindicações de acesso a bens de consumo coletivo, etc.

Além disso, Peruzzo entende a comunicação alternativa

“como um espaço de comunicação democrática, vinculada aos interesses dos segmentos subalternos da população, tanto em sua metodologia quanto em sua forma e em seu conteúdo (...) Ela significa ainda a abertura de novos canais para segmentos sociais sem garantia de acesso aos meios massivos para expor suas ideias e suas reivindicações; é portadora de uma nuance democrática por transmitir informações a partir das bases; ser constituída pelo ambiente onde se situa e ajuda a constituir-lo; participa na manifestação dos conflitos entre as classes sociais nos campos dos interesses e da hegemonia; dispõe de material que, em grande parte, apresenta a participação como princípio e aspiração, ao mesmo tempo em que divulga metodologias para aperfeiçoá-la” (PERUZZO, 1998: 126).

Os protagonistas da comunicação popular, ou comunicação alternativa, são o próprio povo e/ou as organizações e pessoas a ele ligadas organicamente. Nesse caso, o “povo” é visto no seu antagonismo em relação às classes dominantes e concebido como o conjunto das classes subalternas (PERUZZO, 1998: 127).

Ao entender a comunicação popular como a das classes subalternas, realizada num processo de lutas de classes, Peruzzo opõe essa à comunicação dos grandes media, que é controlada pelas classes dominantes. Mas ela ressalta que essa visão de antagonismo é bastante maniqueísta e coloca os media massivos como responsáveis por um conteúdo impositivo, alienante ou pervertedor dos interesses populares. E que a realidade não se apresenta dessa forma, pois essa oposição entre meios populares e meios massivos sofreu uma profunda revisão nos anos noventa, em função das mudanças que ocorrem na sociedade.

“Não se pode isolar o processo como uma luta entre a comunicação popular e a comunicação burguesa. O objetivo da comunicação popular não pode se contrapor à comunicação burguesa, pois a luta não é esta. Sua luta é 'a favor [de]' e não 'contra algo' ” (PARDO apud Peruzzo, 1998: 129).

Para Peruzzo, os dois tipos de meio são complementares e não excludentes. Os meios massivos são necessários e importantes no campo do divertimento e da informação, embora não consigam suprir as necessidades a nível de comunidades e de movimentos sociais organizados.

"Ao longo da história, as elites sempre usufruíram do monopólio da palavra escrita. E hoje acrescentaram ainda o monopólio da voz e da imagem (...) Se os meios fossem, porém, realmente, esses maravilhosos reprodutores da submissão, esses todo-poderosos conformadores de consciência, a ordem social seria inamovível. Neste caso, deveria ser fechada, com resignação fatalista, toda possibilidade de mudança (...). O surgimento de vias alternativas de comunicação-informação é um sintoma de processos que se verificam no fundo da vida social, uma tentativa de romper o cerco das estruturas informativas predominantes (...). Mas os meios alternativos, que não são massivos dentro da sociedade de massas e de sua cultura - trata-se de experiências do tipo teatral, de jornais murais, do denominado cine-denúncia ou qualquer outro canal -, de forma alguma substituem os mass media." (GRINBERG apud Peruzzo, 1998: 130).

A comunicação popular situa-se no universo dos movimentos populares e é uma nova forma de se pensar o popular, ligando a comunicação e a cultura.

"Ela ocupa-se da comunicação no contexto de organizações e movimentos sociais vinculados às classes subalternas ou, como dizem enfaticamente, da comunicação 'ligada à luta do povo' por melhores condições de existência e pela sua emancipação, mediante movimentos de base organizados. Essa corrente subdivide-se em duas linhas de pensamento. A primeira, surgida no início dos anos oitenta, concebe a comunicação popular como libertadora, revolucionária, portadora de conteúdos críticos e reivindicativos capazes de conduzir à transformação social; ela concretizar-se-ia pelos meios 'alternativos', como contracomunicação da cultura subalterna, colocada em antagonismo com a comunicação de massa. A segunda, que apareceu no início dos anos noventa, em função das reelaborações ocorridas no âmbito da sociedade civil, tem uma postura mais dialética e mais flexível; considera que a comunicação popular pode inferir modificações em nível de cultura e contribuir para a democratização dos meios de comunicação e da sociedade" (PERUZZO, 1998: 127-128).

Assim, a comunicação popular pode ser entendida como uma realização da sociedade civil e sofre as mudanças que o momento histórico lhe impõe. Neste século XXI, a mudança imposta pela história tem base tecnológica – a Internet – mas é vista também como uma mudança estrutural no modo de se fazer comunicação e principalmente, de abrir as possibilidades comunicacionais ao conjunto da sociedade. São essas possibilidades e limites que discutiremos no capítulo a seguir.

II. Democracia e Internet

“Democracia. Do grego, '*demo* = povo' e '*kratía* = governo' ”. Do Aurélio, “*S.f.* 1. Governo do povo; soberania popular; democratismo. 2. Doutrina ou regime político baseado nos princípios da soberania popular e da distribuição equitativa do poder, ou seja, regime de governo que se caracteriza, em essência, pela liberdade do ato eleitoral, pela divisão dos poderes e pelo controle de autoridade, i.e., dos poderes de decisão e de execução; democratismo”.

Do Dicionário de Política (na definição da teoria clássica), de Bobbio: “Governo do povo, de todos os cidadãos, ou seja, de todos aqueles que gozam de direitos de cidadania, se distingue da monarquia, como Governo de um só, e da aristocracia, como governo de poucos” (BOBBIO, 1997: 319). Três definições de naturezas distintas e todas alcançam o mesmo resultado: na democracia o poder é do povo (ou da maioria dele).

No decorrer da história, a democracia passou por diferentes fases. Na Grécia Antiga, seu berço, ela incluía todos os cidadãos, mas esse “cidadãos” deixava de fora mulheres, estrangeiros, escravos e crianças. No Mundo Ocidental, atual, na maioria dos sistemas políticos, o cidadão deixou de ter voz ativa, como acontecia na *Ágora* grega, e passou a delegá-la a seus representantes (quase sempre políticos).

No contexto moderno de democracia, os media se tornaram essenciais. Habermas definiu que o Espaço Público é o “espaço social gerado pela actividade comunicacional” (HABERMAS, 1997: 92). Segundo Ayala, eles (media) – complementar e coordenadamente com o Parlamento – são “indispensáveis” (AYALA, 1984: 60). Já para Dominique Wolton, o espaço público contemporâneo depende, do ponto de vista funcional e normativo, dos media (WOLTON, 1992: 95).

Esteves identifica dois caminhos, distintos, nessa relação entre Espaço Público e Media: o das práticas manipulativas dos media (os discursos orientados para o fechamento de sentido); e o da regular produção de poder legítimo através da linguagem (num sentido comunicacional de abertura dos media ao mundo, à vida e à experiência humana) (ESTEVES, 2003: 38).

Apesar da importância atribuída aos media para a eficácia da democracia, esses estão a se organizar mais ao redor de interesses particulares do que do público, exprimindo, assim, cada vez menos as dinâmicas da sociedade civil. (ESTEVES, 2003: 45). Segundo Esteves, esses “interesses particulares” são explicitados nas sociedades ocidentais de duas maneiras: através do Mercado e do Estado.

No primeiro, “o percurso capitalista das indústrias da cultura, ditados por leis férreas de desenvolvimento dos media, é marca triunfal de seu sucesso: privatismo, concentração e centralização, transnacionalização e desregulação, a absoluta imperatividade do lucro que sob a

aparência de diversidade tudo homogênea”. (ESTEVES, 2003: 46). De acordo com Esteves, as consequências desse percurso são a “limitação drástica da circulação de informação politicamente relevante, na segmentação obsessiva das audiências e numa espécie de refeudalização do Espaço Público (apropriação por interesses particulares organizados)”.

No segundo, houve a produção “de um Espaço Público despolitizado e uma tremenda burocratização da participação individual: complexos processos formais e sofisticados mecanismos de controle que afastam, objetivamente, o Espaço Público da sociedade (dos indivíduos) e o tornam mais próximo do Estado, tornando assim possível uma Opinião Pública de meros compromissos estratégicos” (ESTEVES, 2003: 46).

Nesse contexto de democracia e media, Downing busca entender o papel dos media radicais nos processos democráticos, como esses media fortalecem a cultura democrática no cotidiano social e ações para além dos procedimentos democráticos formais. No entanto, ele encontra dificuldade em encontrar na literatura sobre democracia referências aos media. “Mesmo os autores mais favoráveis aos esforços para aprimorar os processos democráticos têm pouco ou nada a dizer sobre a comunicação ou a mídia” (DOWNING, 2002: 75)

Downing lamenta essa lacuna nos estudos sobre democracia e acrescenta ser um absurdo conceber o processo democrático como um tabuleiro de xadrez em que as peças, astutas, mas totalmente mudas, antecipam os lances umas das outras, maquinando os contralances em absoluto silêncio.

A maioria dos modelos de democracia dos analistas políticos, por não contemplarem a comunicação, não contemplam também os seres humanos (DOWNING, 2002: 77).

Apesar das críticas de Downing, o autor reconhece trabalhos importantes na discussão sobre democracia e media. Dentre eles, destaca Dewey, Lippmann e Williams. Enquanto para os dois primeiros, os media são vistos como um espaço que oferece as oportunidades necessárias de informação e comunicação para que a deliberação efetiva aconteça; o segundo defende que os media, quando se livram da influência das empresas privadas e/ou do Estado e se abrem à participação das massas, poderão estimular e sustentar uma cultura comum e uma democracia viva.

Os três autores não se envolvem na discussão dos problemas que surgem quando se tenta democratizar os media oficiais. Assim, apesar da enorme importância desse objeto, até que se faça um movimento significativo nesse sentido, o papel dos media radicais alternativos, em todas as suas formas, continuará sendo extremamente significativo (DOWNING, 2002: 76).

Barber vê as tecnologias dos media como auxiliares voltadas para o debate público efetivo nas assembleias de bairro (DOWNING, 2002: 86). Parece que, para ele, os media são canais técnicos

em vez de instituições sociais. Já Friedland ressalta que a conversa democrática consiste não só em pessoas reunidas para falar de política, mas também em cidadãos engajados unindo-se em diferentes papéis para examinar o que podem obter de determinado projeto (FRIEDLAND *apud* Downing, 2002: 88) .

A pouca discussão sobre a democratização dos media oficiais e o papel dos media radicais nesse processo não significa que os media oficiais não tenham nada a contribuir para a democracia atual. Os media radicais não têm a menor pretensão de se expor a nenhuma forma de controle público (DOWNING, 2002: 88). Para fechar sua argumentação sobre os diferentes media e suas relações com a democracia, Downing defende a atuação dos media radicais:

Podemos dizer que a mídia radical alternativa é a viga mestra da estrutura de comunicação democrática? A resposta é sim; e o argumento é que, apesar de imperfeita, imensamente variada e não necessariamente de oposição, muito dessa mídia contribui de fato, em diferentes graus, para essa missão, de forma mais verdadeira que a mídia estabelecida e de maneira muitas vezes surpreendentes, levando-se em conta sua excepcional escassez de recursos (DOWNING, 2002: 79)

Para Downing, a energia dos movimentos sociais populares é essencial para a cultura democrática e os media desses movimentos ocupam posição central nesse processo.

Na discussão sobre a importância dos media para a democracia moderna, é fundamental, e a base deste trabalho, que se discuta a Internet. Há uma importância estratégica de “se utilizar o enorme potencial da Internet, por exemplo, para reviver a democracia, não enquanto substituição da democracia representativa por meio do voto, e sim para organizar grupos de conversação, plebiscitos indicativos e consultas sobre distintos temas, disseminando informações na sociedade” (CASTELLS *apud* Moraes, 2001: 12).

Inúmeros são os argumentos prós e contra seu caráter democrático. Não se pode cair nos extremismos da discussão. Se por um lado as possibilidades tecnológicas fazem da internet um meio de baixo custo operacional, o custo de acesso ainda é alto. Se todos, em tese, podem ser produtores de conteúdo, ainda são poucos os que conhecem as ferramentas. Sempre com as ponderações dos limites e qualidade da Internet, discutiremos como as novas tecnologias podem contribuir para novas formas de comunicar.

Nascida durante a Guerra Fria⁶, com o nome de ArphaNet, a fim de manter a comunicação das bases militares dos Estados Unidos, mesmo que o Pentágono fosse completamente destruído; a Internet transformou-se no, até aos dias atuais, maior sistema de comunicação desenvolvido pelo

⁶ É o período entre o final da Segunda Guerra Mundial (1945) e a extinção da União Soviética (1991), em que os Estados Unidos e a União Soviética disputaram a hegemonia política, econômica e militar no mundo. Esses países travam uma forte corrida armamentista, e, embora tenham ocorrido conflitos localizados, financiados pelos dois países, as duas grandes potências nunca chegaram a um conflito bélico.

homem.

Quando o confronto ideológico colapsou, o conhecimento dos militares foi expandido para a comunidade científica. Daí, até alcançar lares pelo mundo, não passou muito tempo. Hoje, a internet, que é definida, por Bogo, como “um conjunto de protocolos e serviços, de uma forma que os usuários conectados possam usufruir de serviços de informação e comunicação de alcance mundial” (BOGO, 2000: s/p), é acessada por mais de 1 bilhão de pessoas⁷.

Nenhum governo, empresa ou instituição controla a rede mundial de computadores. Os padrões e as normas da Internet são organicamente estabelecidos pela comunidade. Cada organização instala e mantém a sua própria parte na rede, permitindo ainda que as informações enviadas por ela transitem pelas suas rotas isentas de qualquer custo (PINHO, 2003: 41).

Pinho define ainda a Internet como uma estrada da informação – mais propriamente uma “superestrada da informação”, um mecanismo de transporte que conduz os dados por um caminho de milhões de computadores interligados.

Desde a popularização da internet – embora inúmeros ainda sejam excluídos – o jeito de se fazer comunicação mudou. Mudou como? Não há uma conclusão precisa, a rede mundial está sempre a promover mudanças e os comunicadores (diplomados ou não) têm que estar em constante adaptação para conseguir usufruir de todas as possibilidades que ela permite. E, mesmo com esforços, ainda estamos a descobrir as vantagens, e as responsabilidades, de sermos público, mas também produtores.

De acordo com Pinho, o que diferencia a Internet dos media tradicionais são as características da rede mundial de: não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo. Nesse sentido, a não-linearidade destaca-se, pois permite que o usuário se movimente mediante as estruturas de informação do sítio sem uma sequência predeterminada, mas sim saltando entre os vários tipos de dados que necessita. A instantaneidade da informação permite a transferência de uma notícia com imagem, som, movimento para qualquer parte do mundo no instante em que ela acontece. Isso modificou até mesmo o conceito de furo de reportagem, a notícia publicada em primeira mão pelo jornal antes dos concorrentes. O furo, que antes demorava pelo menos um dia para ser coberto pelo concorrente, hoje já é republicado em poucos minutos. Mas tanta instantaneidade também pode causar problemas. Na ânsia de bater o concorrente, as precipitações, as apurações incompletas colocam em risco o bom desenvolvimento do trabalho jornalístico e, em alguns casos, até mesmo a ética profissional.

⁷ Dados da pesquisa “Worldwide Online Access: 2004-2010”, realizada no final de 2005 e divulgada em 2006, mostraram que naquele ano os usuários de internet chegaram a 1 bilhão; desses, aproximadamente 845 milhões de pessoas, usando a web regularmente.

Os baixos custos de produção apontados por Pinho são um ganho no que diz respeito à democratização dos meios, já que não se precisa mais de milhões para se manter um sítio ou ter um blog. “Publicar uma informação na World Wide Web ou enviar uma mensagem de correio eletrônico geram despesas irrisórias” (PINHO, 2003: 53).

Dahlberg, no entanto, alerta para esse ufanismo em relação aos baixos custos do ciberespaço e destaca que não apenas o baixo custo do uso da rede está em perigo como o conteúdo que está sendo publicado:

A rápida comercialização do ciberespaço e o crescente controle da infraestrutura e conteúdo da internet por grandes atores corporativos, orientados pela consolidação da indústria mediática, como exemplificado nas massivas fusões entre Time Warner e American Online e entre Vodafone e Mannesmann em 2000, está construindo um ciberespaço orientado para o consumidor, que promete marginalizar o discurso público online ou incorporá-lo a formas privatizadas e individualistas de interação: comércio online, entretenimento e comunicação de negócios. Está se tornando mais e mais difícil para sítios não-comerciais competir pela atenção de participantes online. Até mesmo sítios de internet orientados para a democracia estão cada vez mais sendo hospedados ou diretamente gerenciados por empreendimentos corporativos que promovem uma política individualista, orientada para o consumidor, a qual permite aos políticos vender suas mensagens diretamente aos cidadãos online, sem a mediação do discurso público (DAHLBERG, 2001: s/p).

No que diz respeito ao tamanho do público que pode ser alcançado pela Internet, Pinho diz que na Internet as coisas são diferentes dos meios de comunicação tradicionais, pois

cada organização tem igual oportunidade de atingir a mesma audiência. A rede não segue os padrões da TV, cuja mensagem é levada e alardeada na sala de um telespectador passivo. Ao contrário: com milhões de sites da Web disponíveis na rede mundial, a audiência tem de buscar a informação de maneira mais ativa. Daí se dizer que a Web é uma mídia pull, que deve puxar o interesse e a atenção do internauta, enquanto a TV e o rádio são mídias push, nas quais a mensagem é empurrada diretamente para o telespectador ou ouvinte, sem que ele a tenha solicitado (PINHO, 2003: 55).

Os movimentos sociais demoraram a perceber esse potencial da Internet e foram reticentes à novidade - os media electrónicos estão dispostos "ao serviço da incomunicação humana" e da "adoração unânime da sociedade neoliberal" (GALEANO apud Bebiano, 1999: 1). Atualmente, no entanto, a internet transformou-se num espaço legítimo de lutas. Seja para fortalecer as lutas off-line, como para produzir novas modalidades de ativismo.

Por ativismo entendamos a definição de Jenny Pickerill, que considera o ativista social como: “alguém que empreende qualquer forma de ação, desde de atos físicos diretos até pequenos ajustes no estilo de vida, e também aqueles que simplesmente expressam sua preocupação e suas opiniões através da escrita de uma carta ou de uma discussão (como por exemplo um grupo de discussão por

email). Como Maxey sugere, ativismo não é algo que pode ser claramente delimitado, marcado como separado da vida do dia a dia.” (PICKERILL, 2003: 8).

Castells entende a Internet como um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Assim como a difusão da máquina impressora no Ocidente criou o que MacLuhan chamou de a “Galáxia de Gutenberg”, ingressamos agora num novo mundo de comunicação: a Galáxia da Internet. A Internet foi projetada como uma tecnologia de comunicação livre, mas isso não significa que a comunicação passa a ser livre em razão da Internet, tudo depende do contexto e do processo. As pessoas, as instituições, as companhias e a sociedade em geral transformam a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a (CASTELLS, 2003: 10).

O uso das tecnologias de comunicação e informação complementa e aumenta as oportunidades para a construção do conhecimento e a ação política direta. A publicação na Internet reduz custos e facilita a distribuição. Na Web, organismos sociais podem ampliar a circulação de conteúdos críticos, debater alternativas ao neoliberalismo e difundir reivindicações éticas (GÓES *apud* Moraes 2006: 3).

O surgimento das redes interativas, da qual a Internet é a mais significativa representante, foi nos anos 90 um acontecimento transformador dos media. O uso político da Internet pode ser observado nas propagandas dos próprios políticos, na interação entre grupos, partidos, associações de natureza político-partidária; e na participação dos cidadãos na vida pública. Os militantes, organizações e movimentos divulgam suas bandeiras, lutam por seus direitos, criam links e sítios para interligar causas e ações políticas. Campanhas e mobilizações ganham rapidez e desenvoltura num ativismo digital que democratiza as informações, cruza ideias e plataforma de ações (GOHN, 2000: 31).

O uso da Internet tem também um impacto interessante sobre o ativismo social e dos media. Tradicionalmente, os ativistas dos media radicais funcionaram como repórteres ou documentaristas, mediando as notícias e a análise de factos atuais e movimentos sociais. Duas coisas estão mudando isso. A primeira é que, através das redes eletrônicas, os articuladores dos movimentos sociais têm a oportunidade de expressar-se diretamente por meio de documentos divulgados pela internet. Isso suscita a questão de “se podemos trocar a estratégia de dar voz aos que não têm voz pela estratégia de deixar as pessoas falar por si mesmas” (DOWNING, 2002: 277). A segunda é que, em consequência das atuais tendências socioeconómicas, os ativistas sociais estão cada vez mais na defensiva, lutando para proteger as liberdades civis e os direitos humanos, ao mesmo tempo em que contestam as políticas económicas regressivas. Nesse processo, as fronteiras que separam os ativistas populares dos produtores dos media radicais tornam-se mais e mais indistintas (DOWNING, 2002: 28).

A interatividade da Internet é das características democráticas que ela apresenta. Durante a história da comunicação, os modos do homem comunicar passaram por diferentes etapas. Em princípio, era a comunicação face a face. Feita de pessoa para a outra, sem intermediários. Com o surgimento da imprensa, as pessoas passam a comunicar de forma quase mediada. Assim, as formas de interação vão evoluindo. Quando Graham Bell inventou o telefone, a comunicação à distância pôde ser feita de forma direta e de mão dupla. Mas foi só no início da década de 30, com Brecht, que se pensou a interatividade para democratizar os meios de comunicação (PRETTO e FERREIRA, 2007: 54). Até os dias atuais, a cada novo meio de comunicação que surge, suas possibilidades democráticas são apontadas. O clima que a internet hoje suscita não é, afinal, muito diferente (em grau e nas suas razões) de outras euforias de um passado mais ou menos recente motivadas pelas tecnologias do cabo e dos satélites, por exemplo, ou mesmo antes, pela rádio e pela televisão aquando do seu aparecimento (ESTEVES, 2003: 188).

Wolton chegou a dizer que a “televisão é o instrumento mais democrático das sociedades democráticas”. Para ele, a possibilidade de o telespectador ter diferentes opções de canais, mandar cartas para a redação da TV, usar o controle remoto tornava o meio democrático.

Essa visão de Wolton nunca conseguiu se difundir entre os defensores de uma comunicação democrática. A TV, ao longo da história, foi vista como um meio impositor de programação, que decide pelo telespectador o que ele deve ver, sem questionar suas necessidades e gostos. Ante as possibilidades da Internet, onde cada um pode ser também produtor de conteúdo, essa visão da televisão torna-se ainda mais passional.

Wolton parece ter uma visão dos meios como facilitando o desenvolvimento da democracia divergente do senso-comum. Visto que, depois do ufanismo com a televisão, ele percebe a internet como um fator de corrosão da democracia. Uma contrafacção do ideal democrático. Do ponto de vista da liberdade e da democracia, o acesso direto à informação, tanto ao fornecimento, como à utilização, sem controlo e sem intermediários, não constitui um progresso para a democracia, mas pelo contrário uma regressão e uma forma de ameaça (ESTEVES, 2003: 188).

Em um computador, a interatividade possibilitada quebra o modelo clássico da comunicação no qual o meio emite e o público recebe a mensagem. Cada um pode criar um blog, montar um sítio. Lévy considera que a cibercultura permite realizar a meta marxista de “apropriação dos meios de produção pelos próprios produtores” (LÉVY, 1999: 245). E acrescenta: A cibercultura é herdeira de um projeto progressista. Valoriza a participação das pessoas em comunidades de debate e argumentação. Incentiva uma forma de reciprocidade essencial nas relações humanas (LÉVY, 1999: 245).

Para contrapor o ufanismo de Pierre Lévy, Baudrillard diz que sempre há, por trás da aparente inocência da técnica, um interesse de rivalidade e dominação. Esteves encontra um

equilíbrio entre as opiniões apaixonadas e pondera que a internet, à semelhança de muitos outros processos técnicos do passado, não será nenhum culminar do sonho da democracia perfeita, onde todos, como que milagrosamente, passariam de um momento para o outro a poder discutir e decidir sobre tudo; mas também, ao contrário daquilo que é afirmado pelo pensamento crítico mais catastrofista, estas novas tecnologias não possuem o poder diabólico de destruir uma cultura democrática que, apesar de todas as suas insuficiências e imperfeições, se encontra hoje fortemente enraizada na nossa cultura e experiência política (BAUDRILLARD, 2002: 117).

No entanto, Esteves discorda de que a interação favorecida pela internet se traduza, obrigatoriamente, em um bem para a democracia.

“Muitas vezes não chega sequer a adquirir uma espessura política relevante e, em certos casos, podemos até considerar que o seu efeito é politicamente inócuo – ou até mesmo negativo, como acontece nas utilizações mais obsessivas dos MUDs e MOOs. Mas não é isso que retira importância ao papel da interação para a democracia, ao facto de não ser sequer imaginável uma democracia sem interação dos seus cidadãos: a interação social não faz a democracia, mas sem interação, a democracia nunca seria possível (e a democracia deliberativa muito menos)” (ESTEVES, 2003: 194).

Para Orozco Gómez:

“a exuberância tecnológica contemporânea, mais que a ampliação concomitante do poder de produzir e difundir conhecimentos – o que, para alguns, seria uma democracia cibernética, e certamente, para todos, poderia ser um grande objetivo a se alcançar –, parece-me que hoje assistimos a um crescente despoder social que aumenta geometricamente em sociedades como as latino-americanas, justamente por meio ou através da tecnologia de informação. Um despoder particularmente comunicacional, que desafia as tentativas de fortalecer as cidadanias e tornar possível o desenvolvimento da democracia. Um despoder que há de se entender em sua complexidade para não sermos idealistas com as grandes coisas que a tecnologia promete” (GÓMEZ, 2008: 82).

Ford e Gil alertam para outros interesses, no caso os mercadológicos, que podem limitar o uso democrático da internet:

Tendências económicas, políticas e legislativas tendem a converter a Internet num veículo comercial como qualquer outro, despido de seu potencial incomparável de facilitar o debate e a transformação política progressista. (FORD e GIL, 2002: 269)

Os críticos observam que o enclosure na crescente comercialização da internet é mais do que frequente, e o acesso limitado aos recursos eletrônicos sujeita essas novas redes de comunicação a uma hierarquia de acesso (FORD e GIL, 2002: 269).

Depois que a Internet mostrou-se uma realidade lucrativa, inúmeros são os caminhos que as empresas privadas buscam para lucrar com ela, mas não são essas empresas a base do desenvolvimento da internet, talvez por isso, muitos depositem no espaço virtual as esperanças de um espaço livre de comunicação, de opinião, de troca de ideias.

Todos os desenvolvimentos tecnológicos decisivos que levaram à Internet tiveram lugar em torno de instituições governamentais e importantes universidades e centros de pesquisa. A Internet não teve origem no mundo dos negócios. Era uma tecnologia ousada demais, um projeto caro demais, e uma iniciativa arriscada demais para ser assumida por organizações voltadas para o lucro. Isso foi particularmente verdadeiro na década de 1960, numa época em que as grandes corporações eram bastante conservadoras em suas estratégias industriais e financeiras, e não se dispunham a arriscar capital e pessoal em tecnologias visionárias (CASTELLS, 2003: 13).

Desde que a internet alcançou casas, escolas, ciber-cafês pelo mundo, a presença dela na vida das pessoas vem sempre carregada de questionamentos. Um deles diz respeito à capacidade de a internet ser um espaço capaz de promover a democracia dos meios. Como veremos no próximo capítulo, práticas possibilitadas pela internet que seriam impensáveis nos meios de comunicação de massa tradicionais, como a televisão, os jornais e as rádios (os jornais alternativos⁸ e as rádios comunitárias⁹ não se encaixam no perfil de meio de comunicação de massa). No entanto, Lúcia Santaella, citando R. Cirino, aponta que um maior acesso à informação tem outras exigências:

Um dos princípios da liberdade democrática para o acesso à informação é que um grande número de pontos de vista diferentes possa coexistir no mesmo espaço-tempo. Ou seja, quanto maior for o número de mídias e quanto mais diferenciadas e plurais forem suas linhas de compreensão e construção interpretativa dos fenômenos, mais democrática será a rede das mídias, na medida em que a multiplicidade dos pontos de vista fornece ao público receptor alternativas de escolha entre interpretações diversas (CIRINO apud Santaella, 2003: 36).

O número de media realmente é significativo para um maior acesso à informação; afinal, a exclusão digital ainda é uma realidade vivida na maioria dos países. Nos países de terceiro mundo,

⁸ Os jornais alternativos divulgam o discurso não oficial, que é o discurso, majoritariamente, reproduzido pela grande imprensa. Para Regina Festa, os jornais alternativos são publicações de caráter cultural e político. Eles expressam interesses da média burguesia, trabalhadores e pequena burguesia e são um espaço no qual os grupos de oposição ou frentes políticas emitem uma condenação ao regime político (FESTA *apud* Kucinski, 2003: 47).

⁹ No Brasil, a Rádio Comunitária é um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 Km a partir de sua antena transmissora, criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades. A Rádio Comunitária deve divulgar a cultura, o convívio social e eventos da comunidade ou bairro em que está localizada; noticiar os acontecimentos comunitários e de utilidade pública; promover atividades educacionais e outras para a melhoria das condições de vida da população. Elas não podem ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como: partidos políticos, instituições religiosas etc. No entanto, é prática comum no país que as rádios comunitárias estejam nas mãos de políticos que as usam para fins eleitorais. As rádios comunitárias que não pertencem a políticos, ou que não têm um “padrinho” no mundo da política, são frequentemente fechadas pela polícia e têm sua licença de funcionamento cassada.

a presença do rádio e da televisão no cotidiano das pessoas é ainda notória. Mas na citação de Santaella podemos destacar algo que coloca a internet como um horizonte esperançoso: a multiplicidade de pontos de vista. Antes da internet, onde poderíamos encontrar informações sobre os povos mapuches, indígenas, que vivem em territórios no sul da Argentina e do Chile? Pois esse povo, que trava uma forte luta com seus Estados tem um sítio na internet, atualizado quase que diariamente: o Mapuexpress (<http://www.mapuexpress.net/>).

Mapuexpress é um informativo Mapuche que, em meio à hegemonia da informação comercial que se impõe, luta pelo Direito à comunicação com uma postura concreta, que contribua para derrubar os cercos da intolerância e a manipulação. É um espaço no qual se busca algumas das ferramentas necessárias para que desde o direito à informação e à comunicação amplie a possibilidade de garantir os direitos humanos Mapuche, tanto individual como coletivo.

O uso da CMC¹⁰ estava facilitando a criação de um movimento mais conectado e um movimento no qual indivíduos não afiliados com grupos particulares tinham a possibilidade de assumir papéis mais importantes do que anteriormente. Os ativistas também teriam a possibilidade de suplantar hierarquias tradicionais, tais como a dos media predominantes, a fim de expandir a distribuição de suas idéias para uma audiência mais ampla (PICKERILL, 2003: 7).

Para que a internet possa continuar a ser esse espaço de quebra do monopólio da informação promovido pelos grandes media, é fundamental que ela se mantenha como um espaço aberto.

Por manter a rede neutral, por mantê-la aberta à inovação, a FCC (Federal Communications Commission) tornou possível a extraordinária inovação que a internet produziu. Acesso aberto era a regra; a regulação permitiu esta norma (LESSIG, 2001: 5)

Bebiano diz que a internet tem “a maior importância para uma experiência democrática e dinâmica da cidadania” (BEBIANO, 1999: 2). Ele justifica sua afirmativa com quatro ferramentas democráticas que podem ser possíveis com a internet.

A primeira é a ampliação da participação cidadã no debate político. Com a possibilidade de explicitar, para outras pessoas, opiniões, através de texto, som, imagem ou da combinação de todos estes elementos. Ou ainda com participação em fóruns, produção de jornais eletrônicos.

Formalmente não existe censura, embora estejam a ser procuradas – como seria inevitável diante de um tal instrumento de liberdade – formas de, aqui ou além, e em alguns domínios, poder impor a sua presença. Todavia, a coincidência autor-editor-público, que a Internet permite exercitar, limita desde logo, sobretudo por comparação com aquilo que se passa desde há séculos no universo

¹⁰

Sigla em inglês para Computer Mediated Communication, que traduzida para o português significa: Comunicação Mediada por Computador..

A segunda é a chamada "democracia electrónica". Nela, a internet é usada em formas de voto democrático e na organização de protestos, na apresentação aos órgãos de decisão de petições, na expressão de protestos e de anseios ou ainda na formulação de apoios a iniciativas.

A terceira ferramenta é a organização cívica dos cidadãos. Com a internet, essa organização pode aproximar-se mais da realidade vivida pelos cidadãos e esses cidadãos podem ser mais atuantes na sociedade. Segundo Bebiano, os partidos e os movimentos, assim como as organizações não-governamentais de todo o tipo, cedo entenderam o leque de oportunidades que a internet possibilitava. Inclusive, muitos desses “foram criados e cresceram, ou então passaram a funcionar de uma forma mais rápida e eficaz, com recurso aos novos meios” (BEBIANO, 1999: 3).

A última ferramenta é a universalização gradual do acesso à cultura, ao conhecimento e à informação, que a Internet permite materializar de uma forma razoavelmente rápida. Ela “proporciona um espaço de partilha e de desenvolvimento sem igual, encurtando crescentemente a distância entre centros e periferias, entre ricos e pobres, e proporcionando um esbater das limitações impostas pelo isolamento físico, psicológico ou geográfico dos indivíduos e das comunidades” (BEBIANO, 1999: 3).

Os benefícios democráticos da internet são muitos e o barateamento dos custos de comunicação são notórios. Não é mais preciso gastar com a impressão de jornais, eles podem ser on-lines, não é preciso uma câmara de filmar para gravar um protesto, basta um celular, com câmara, e o vídeo da mobilização pode chegar aos quatros cantos do mundo, mas não podemos nos iludir: o acesso da maioria à internet ainda é um sonho.

Mas inúmeros outros fatores, além dos problemas de custo financeiro, limitam a expansão da Internet enquanto instrumento democrático. Dahlberg aponta seis desses fatores: a crescente colonização do ciberespaço por interesses estatais e corporativos; o déficit de refletividade dos internautas; a falta de escuta respeitosa dos outros; a dificuldade de verificar as declarações de identidade ou as informações oferecidas; a exclusão de muitos do fórum político online; e o domínio do discurso por determinados indivíduos e grupos.

Para Dahlberg, quanto à autonomia em relação ao Estado e ao poder económico, o discurso deve ser baseado nas preocupações dos cidadãos como público, e não ser dirigido pelo medium do dinheiro ou do poder administrativo que facilitam as operações do mercado e do Estado. Em relação ao intercâmbio e crítica de pretensões de validade moral-práticas, Dahlberg entende que o discurso racional-crítico envolve engajar-se em uma crítica recíproca de posições normativas que são oferecidas racionalmente e, portanto, criticáveis, isto é, abertas a crítica e não dogmaticamente estabelecidas. Quanto à refletividade, o autor aponta que os participantes do ciberespaço devem

examinar criticamente seus valores culturais, suas presunções e interesses, assim como o contexto social mais amplo (DAHLBERG, 2001: s/p).

Dahlberg defende que a falta de uma escuta respeitosa dos outros deve ser substituída por uma tomada de papel ideal, na qual as pessoas que participam do ciberespaço devem tentar entender o argumento a partir da perspectiva do outro. Isto requer comprometimento com um diálogo permanente com a diferença, no qual os interlocutores se escutam reciprocamente de forma respeitosa. A sinceridade também é destacada por Dahlberg como um fator que deve ser buscado por cada participante do ciberespaço, em um esforço sincero para que toda a informação seja conhecida, incluindo suas verdadeiras intenções, interesses, necessidades e desejos, desde que relevantes para o particular problema em consideração. Por fim, Dahlberg discute o papel da inclusão discursiva e igualdade. Para ele, todo participante impactado pelas pretensões de validade sob consideração é igualmente apto para introduzir e questionar qualquer assertiva. A inclusão pode ser limitada por desigualdades externas ao discurso – por restrições formais ou informais de acesso – e também por exclusão internas ao discurso, onde alguns dominam o discurso e outros lutam para ter suas vozes ouvidas (DAHLBERG, 2001: s/p).

Já para Ford e Gil, a Internet representa uma nova era para os media alternativos. Sendo uma infra-estrutura interconectada para múltiplas formas de comunicação, ela promove um período de convergência das tecnologias dos media.

A Internet pode vir a ser nossa primeira esfera pública global, um meio pelo qual a política pode tornar-se realmente participativa, tanto em âmbito regional quanto internacional. E é o primeiro veículo que oferece, aos indivíduos e coletivos independentes de todo o mundo, a chance de se comunicar, com suas próprias vozes, com uma audiência internacional de milhões de pessoas. Portanto, as possibilidades técnicas da Internet como esfera pública são ilimitadas (FORD e GIL, 2002: 270).

De acordo com Castells, movimentos emocionais, muitas vezes desencadeados por um evento dos media, ou por uma crise de vulto, parecem muitas vezes ser fontes mais importantes de mudança social que a rotina diária de organizações não governamentais e, nesse sentido, os novos meios de comunicação – como a Internet – desempenham importante papel.

A Internet torna-se um meio essencial de expressão e organização para esses tipos de manifestação, que coincidem numa dada hora e espaço, provocam seu impacto através do mundo da mídia, e atuam sobre instituições e organizações (empresas, por exemplo) por meio das repercussões de seu impacto sobre a opinião pública (CASTELLS, 2003: 117).

Downing alerta que a despeito de todo o potencial comunicativo, o desenvolvimento da Internet como veículo democrático enfrenta problemas consideráveis e cada vez mais numerosos.

Ele cita Carey e McChesney para argumentar que na trajetória dos avanços tecnológicos também o correio, o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão, o fax viveram expectativas utópicas de progresso democrático, mas todos eles acabaram por se converter em indústrias dominadas pelo setor de negócios, e cada novo desenvolvimento é manipulado para gerar lucro.

Outro destaque que Downing faz é para o público que tem acesso à internet. Alguns autores já citados anteriormente também dão esse destaque. Não importa o quanto de potencial comunicativo a internet tem, sem que ela esteja disponível para o povo todo esse potencial se esvai. Para isso, é preciso que se invista em barateamento dos custos de acesso, na proliferação de equipamentos públicos com acesso à internet. Se, como já dito acima, 1 bilhão de pessoas têm acesso à internet, significa que outras 5 bilhões não tem e, mais, a geografia desse acesso é pouco democrática. No mundo, os habitantes do norte ocidental já estão, majoritariamente, conectados à internet – seja em casa, no trabalho ou na escola - , mas na África, na Ásia e em boa parte da América Latina ainda têm muito a caminhar no acesso a esse meio. “A ideia do acesso universal à internet parece boa, mas é cara” (FORD e GIL, 2002: 273). Em relação ao acesso, também é importante destacar que

a questão do acesso não se resume apenas aos equipamentos de telecomunicação; envolve também conhecimento de mídia e de redes de computadores, assim como fundos para pagar os especialistas em Internet. (FORD e GIL, 2002: 273)

Como vimos acima, não é exclusividade da Internet trazer com o seu desenvolvimento o sonho da democratização da comunicação e, ao longo da história, enfrentar dificuldades para cumprir esse seu ideal. Assim como cruzam a propriedade de rádios, jornais, Tvs e revistas, os donos dos media estão presentes também na Web e querem, até lá, manter a hegemonia da notícia, da informação e da comunicação.

As formas dialógicas que irrompem no ciberespaço começam a pôr em xeque a renitente metáfora do Big Brother, que por décadas dominou a teoria crítica no campo da comunicação. A mídia sempre encarnou — e ainda encarna — aquela sinistra figura, dado o seu poder quase absoluto de privilegiar as informações que julga relevantes. A supremacia dos meios tradicionais persiste e provavelmente persistirá (CASTELLS apud Moraes, 2000: 150).

Mas a Internet está se mostrando um adversário difícil de ser batido:

não há como negar que inquietações sociais e resistências à lógica dominante se propagam pela Internet, sem ingerência de governos e corporações empresariais ou militares. No cenário que parecia um manjar dos deuses para raciocínios lúgubres e derrotistas, percebemos agora uma oxigenação (CASTELLS apud Moraes, 2000: 150).

Por mais que a CNN, a Globo, a Reuters, a AFP tenham ocupado espaço na net, elas não

conseguiram ser únicas. Quem busca informações na rede mundial de computadores tem acesso a essas grandes empresas de media, mas também aos pequenos blogs, às leituras críticas dos movimentos sociais. Uma infinidade de possibilidades. Quando se procura em sítios de busca, como o Google, um assunto, esses meios alternativos não são os primeiros a aparecer, mas um leitor paciente e atento encontra novos caminhos de informação, novos atores sociais e novas falas, que antes se restringiam a reuniões de movimentos sociais, conversas privadas... E é sobre como os movimentos sociais, costumeiramente tão excluídos dos meios de comunicação tradicionais, atuam tendo como ferramenta os novos media que discutiremos no capítulo a seguir.

III. Ciberativismo

Ciberativismo. O nome pode ser incomum à maioria dos usuários da Internet pelo mundo, mas grande parte deles já se deparou com suas ações. Afinal, quem nunca recebeu um e-mail solicitando o clique em um link, com o objetivo de que o usuário enviasse dinheiro para o combate à SIDA (Síndrome da Imuno-Deficiência Adquirida) na África ou para a construção de uma escola pelo UNICEF em algum país do mundo? Modalidades essas, de ciberativismo, que podem ser ainda alargadas (para os mais engajados) por e-mails marcando o local de um protesto, ou até mesmo com o envio, em massa, de e-mails para autoridades a reivindicar uma causa.

Nascido na década de 90, no rastro do aumento do número de computadores pessoais pelo mundo, o ciberativismo teve seu primeiro grande destaque com o movimento Zapatista, no México, em 1994. Na mesma época, ONGs como Greenpeace, PeaceNet e Anistia Internacional começaram a usar as ferramentas para chamar a atenção para suas causas.

Na Internet, até as pequenas entidades têm oportunidade de divulgar suas atividades ao conhecimento de segmentos mais amplos da sociedade. Apesar de anárquica, a rede é muito mais democrática, pois deixa que todo mundo se expresse” (María Peñuelas, diretora do Greenpeace na Espanha, em entrevista a Moraes, 2001: 11).

No final da década, o ciberativismo se fortaleceu. Durante os protestos anti-globalização em Seattle, Washington e Praga, surgiram os Centros Indymedia¹¹ (o primeiro foi em 1999). Também é da década de 90 o início da atuação de organizações não governamentais no ciberespaço. No entanto, as mais conhecidas dessas organizações – como Médicos sem Fronteiras, Oxfam e Care – atuam de maneira diferente do Indymedia, por exemplo. Essas organizações não governamentais pedem que os internautas contribuam para o financiamento de projetos. Para isso, elas convidam o internauta a entrar na página, a clicar em um botão e a olhar, por alguns segundos, os *banners* dos anunciantes, esses anunciantes, então, repassam verbas às organizações proporcionais à visitação; ou os internautas são chamados a financiar projetos sociais através de doações voluntárias. The Hunger Sítio (www.thehungersite.com), fundado em 1999 nos Estados Unidos, destaca-se entre um dos mais prestigiados por anunciantes. Trabalha em conjunto com o Programa Mundial da

¹¹ Centro de Mídia Independente (CMI), também chamado de Indymedia, é uma rede internacional formada por produtores e produtoras de informação, caracterizada principalmente como de ordem política e social, que se autodeclaram livres e independentes de quaisquer interesses empresariais ou governamentais. O sítio eletrônico da rede permite publicação aberta para que qualquer pessoa possa contribuir, caso assim deseje. O projeto declara visar a democratização da produção dos meios de comunicação. Até Janeiro de 2006, o Indymedia possuía cerca de 150 sítios na internet, hospedados em mais de 30 países. (Wikipédia. Consulta feita em 10 de janeiro de 2010. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Centro_de_M%C3%ADdia_Independente)

Alimentação, das Nações Unidas, em 82 países, particularmente na África. Desde que entrou no ar, repassou US\$ 3,5 milhões à ONU. No Brasil, existem iniciativas similares, como o Click Fome (www.clickfome.com.br) (MORAES, 2001: 10).

Já a Ação Urgente, da Anistia Internacional, atua enviando e-mails cadastrados em sua página internet com as ações que devem ser realizadas pelos ciberativistas. Os e-mails trazem a descrição das ações recomendadas, em que idioma elas devem ser escritas e o conteúdo a ser abordado. No dia 23 de Janeiro de 2009, a secção espanhola da Anistia difundiu material para que os ativistas enviassem e-mails pedindo que o rei da Arábia Saudita, como presidente do Conselho Jurídico Supremo, detivesse a execução de Mohammad Abdul Amir e anulasse a sua pena; assim como todas as demais pessoas condenadas à morte na Arábia Saudita, com o objetivo de abolir a pena capital.

No Brasil, a consagração da Internet como fenômeno de comunicação, se deu no primeiro Fórum Social Mundial¹², realizado em Janeiro de 2001 em Porto Alegre. Na oportunidade, constatou-se que organizações não-governamentais e entidades civis dos quatro quadrantes estavam utilizando cada vez mais a rede mundial de computadores para divulgar suas reivindicações e desenvolver espaços de interação e de mobilização pelos direitos da cidadania (MORAES, 2001: 1). Para Joëlle Palmieri, presidente da Penélopes, um coletivo feminista atuante na Web, entrevistada por Moraes, o consenso alcançado nos debates de Porto Alegre sobre o chamado ciberativismo digital permitiu uma “tomada de consciência sobre a importância da Internet para a difusão das reivindicações comunitárias, não precisamos mais nos isolar no gueto da contra-informação alternativa, e sim buscar novos modelos de trocas comunicacionais e de produção de informações afins com a idéia de se construir uma outra mundialização” (MORAES, 2001: 1).

Os que acatam o pedido da Anistia atuam no ciberativismo que é definido por Dyer-Witford, citado por Pickerill, como:

Um fenômeno contraditório, abarcando o uso da rede por esquerdistas e direitistas, fascistas e ecologistas, feministas e fundamentalistas. Mas, talvez, sua mais significativa manifestação surja da sequência de lutas globais, contra as instituições do mercado mundial, empreendida por uma oposição transnacional que vou denominar "movimento contra-globalizante" (DYER-WHITEFORD apud Pickerill, 2003: 30).

¹² O primeiro encontro mundial do Fórum Social Mundial (FSM) foi realizado em 2001. Em seu sítio na internet, o FSM é definido - como está na Carta de Princípios, principal documento do FSM - como um espaço de debate democrático de idéias, aprofundamento da reflexão, formulação de propostas, troca de experiências e articulação de movimentos sociais, redes, ONGs e outras organizações da sociedade civil que se opõem ao neoliberalismo e ao domínio do mundo pelo capital e por qualquer forma de imperialismo. Ele se configurou como um processo mundial permanente de busca e construção de alternativas às políticas neoliberais.

Vegh define ciberativismo como “a utilização da internet por movimentos politicamente motivados”. Assim, podemos dizer que ciberativismo é o ativismo feito pelos movimentos sociais no ciberespaço¹³.

O professor André Lemos define o ciberativismo como as práticas sociais associativas de utilização da Internet por movimentos politicamente motivados, com o intuito de alcançar suas novas e tradicionais metas. É a busca pela informação, mobilização e ação social, que tem como suporte essencial as novas tecnologias do ciberespaço. Isso, sem que as ações precisem passar por mediações, tornando-se, assim, independentes e livres.

No ciberativismo, o espaço eletrônico é utilizado de forma complementar ao espaço de lugar, complexificando-o. Assim, essa forma de atuação caracteriza-se por redes de cidadãos que criam arenas, até então monopolizadas pelo Estado e por corporações, para expressar suas idéias e valores, para agir sobre o espaço concreto das cidades ou para desestabilizar instituições virtuais através de ataques pelo ciberespaço (*hacktivismo*) (LEMOS, 2004: 135). Essas instituições virtuais são os sítios de governos e empresas na Web.

Na própria internet, na enciclopédia livre Wikipédia, o ciberativismo é descrito como: “o conjunto de técnicas e tecnologias da comunicação, baseadas fundamentalmente na internet e na telefonia móvel, associadas a ação coletiva ou à desobediência civil, tanto no espaço virtual, como no plano real”.

O novo protesto tem uma relação intrínseca com o recente desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação. A crescente generalização de instrumentos de produção em media gráficos e eletrônicos (de computadores caseiros mais potentes a câmaras de vídeo e fotografia digital) e a introdução da internet como meio de informação e relação, ambos na década de 90, trouxeram aos grupos ativistas novas ferramentas e canais para manifestação. O ativista pode, por exemplo, produzir com alta qualidade técnica e estética anúncios que satirizam a publicidade de outras marcas, lançar seu próprio sítio para um público mundial, estabelecer canais de informação jornalística como alternativa aos grandes media e substituir a lata de spray pelo plotter de alta resolução para imprimir uma nova peça que colará sobre o outdoor de uma grande marca (ASSIS, 2006: 87).

De acordo com Assis, o novo protesto tem uma tendência comum entre diferentes grupos ativistas, ele privilegia estratégias de comunicação integradas por meio de um radicalismo lúdico-artístico e busca alternativas de comunicação/manifestação que lhe dêem visibilidade. “Os

¹³ Segundo a definição da Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (UNESCO), o ciberespaço é um novo ambiente humano e tecnológico de expressão, informação e transações econômicas. Consiste em pessoas de todos os países, de todas as culturas e linguagens, de todas as idades e profissões fornecendo e requisitando informações; uma rede mundial de computadores interconectada pela infraestrutura de telecomunicações que permite à informação em trânsito ser processada e transmitida digitalmente.

manifestantes põem em prática uma nova compreensão de como ser visto, ouvido e entendido na sociedade contemporânea para assim atingir suas metas de transformação social” (ASSIS, 2006: 86). O novo protesto tem uma relação intrínseca com o recente desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação.

Dentre as novas tecnologias, a internet é o espaço mais forte de atuação dos ciberativistas. São, nas palavras de André Lemos, ações ao redor do mundo, que mostram formas de expressão política engajada (a partir de problemas globais e locais) que surgem, são suportadas e expandem-se na internet (LEMOS, 2004: 140).

Para Moraes, a Internet vem dinamizar as lutas das entidades civis a favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem. A Internet veio dinamizar esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública, graças à singularidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos. A Internet oferece também novas ferramentas de intervenção, como as campanhas virtuais, o correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns, salas de conversação, boletins, manifestos *on line*, murais, anéis de *sítios* e árvores de *links*. É uma arena complementar de mobilização e politização, somando-se a assembleias, passeatas, atos públicos e panfletos. Além de ter baixos custos; abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas dos media; autonomia para detonar campanhas, sejam elas de denúncia, de pressão, de conscientização ou de arrecadação de fundos; abertura de fóruns cooperativos E acrescenta:

As vozes que se somam no ciberespaço representam grupos identificados com causas e compromettimentos comuns, a partir da diversidade de campos de interesse (educação, saúde, direitos humanos e trabalhistas, cidadania, minorias e etnias, meio ambiente, ecologia, desenvolvimento sustentável, defesa do consumidor, cooperativismo, habitação, economia popular, reforma agrária, Aids, sexualidade, crianças e adolescentes, religiões, combate à fome, emprego, comunicação e informação, arte e cultura), de metodologias de atuação (movimentos autônomos ou redes), de horizontes estratégicos (curto, médio e longo prazos) e de raios de abrangência (internacional, nacional, regional ou local). Essas variáveis, muitas vezes, entrelaçam-se, fazendo convergir formas operativas e atividades (MORAES, 2001: 1).

Um dos principais objetivos deste ativismo eletrônico é combater o desinteresse pela coisa pública e criar canais de participação autênticos. Através de sítios, blogs e/ou portais mobilizadores, pessoas, não necessariamente de um determinado espaço comum, podem organizar movimentos, difundir opinião e informação, agregar outras pessoas, promover ações físicas e eletrônicas, expressar seus descontentamentos em relação aos problemas cotidianos. Trata-se de utilizar as diversas ferramentas da Internet (fóruns, *chats*, *websites*, *email*) para difundir informação, reunir

peessoas, propor idéias e ações. Essa é a esperança, mas uma esperança alicerçada em experiências concretas e em um fenômeno social planetário.

As cibercampanhas sindicais partem do entendimento de que os métodos de luta precisam convergir. Não bastam as greves, as passeatas e a imprensa sindical. Pode inundar-se de *e-mails* as caixas postais dos patrões e de organismos governamentais; denunciar, em tempo recorde, demissões e abusos, conclamando os consumidores a boicotarem determinados produtos; e convocar afiliados para assembléias conjuntas, manifestações de rua e piquetes (MORAES, 2001: 16).

Mas, como alerta Moraes, a cibermilitância necessita aprofundar propostas de comunicação eletrônica e conciliá-las com demandas do público-alvo, pois esse ainda é um fenômeno ao mesmo tempo hiperveloz (devido à expansão tecnológica) e lento (por conta de hábitos culturais e políticos nem sempre fáceis de atualizar). Outro desafio da cibermilitância são os movimentos sociais, que não formam um todo coeso e harmônico. A heterogeneidade de ideários, identidades, práticas e naturezas constitutivas se reflete em usos e apropriações distintos das engrenagens comunicacionais, aí incluída as da Internet.

Da cibermilitância vale ressaltar: a diversidade de organizações e movimentos que desenvolvem na Internet novas formas de ação, gestão e participação; as potencialidades que se entreabrem no âmbito virtual, fundadas em práticas interativas e não submetidas aos mecanismos de seleção e hierarquização dos media (MORAES, 2001: 20).

Moraes é um entusiasta das mobilizações *online*:

Graças à plataforma digital, os chamados à mobilização social ultrapassam barreiras geográficas, atropelam fusos horários e desconhecem grades de programação. Os intercâmbios tornam-se rápidos e acessíveis. O ciberativismo alicerça campanhas e aspirações à distância, no compasso de causas que se globalizam (combate à fome, defesa do desenvolvimento sustentável, preservação do equilíbrio ambiental, direitos humanos, luta por um sistema de comunicação pluralista). As entidades civis valem-se da Internet enquanto canal público de comunicação, livre de regulamentações e controles externos, para disseminar informações e análises que contribuam para o fortalecimento da cidadania e para o questionamento de hegemonias constituídas. A mega-rede pode propiciar aos movimentos sociais uma intervenção ágil em assuntos específicos, acentuando-lhes a visibilidade pública” (MORAES, 2001: 18).

No mundo do ativismo digital, no entanto, nem tudo são elogios e visões benevolentes. Embora uma pesquisa sobre o tema torne evidente que a literatura crítica é quase inexistente, uma voz destoia do lugar comum e faz importantes alertas: Blood. O pesquisador afirma que, em 1996, apenas entre 10 e 25% dos norte-americanos usuários de internet utilizavam-na com propósitos políticos e esse número está em decréscimo. E acrescenta que, de acordo com uma pesquisa da

empresa Wirthlin World-Wide, a credibilidade das informações sobre risco “environmental health” veiculadas por websites é quase tão baixa quanto a informação dada pelos relações públicas e ainda menos credível que a informação transmitida por amigos e vizinhos.

Parece que sites e grupos de internet de ativismo estão se tornando “guetoizados”: apenas percebidos – e visitados – por aqueles que já são politicamente ativos. Uma consequência disso é que, ao invés de reduzir a dependência do ativismo em relação aos jornalistas, como provavelmente se esperava que fizesse, a internet poderia está-los tornando mais dependentes. Com exceção de marcas fortes como o Greenpeace, o Worldwide Fund for Nature e os Friends of the Earth, o único modo através do qual um grupo ativista pode esperar chamar atenção do público para sua página de internet é se o grupo e / ou sua página for publicizado primeiramente por jornalistas convencionais, escrevendo para a mídia tradicional (BLOOD, 2000: 165).

Em sua discussão sobre ciberativismo, Moraes mostra-se um entusiasta da nova modalidade de ativismo, mas isso não cega o seu debate. “Não se trata, por conseguinte, de transformar a Internet em apanágio de todas as virtudes. Muito menos de sonhar com um Eldorado digital, habilitado a suplantiar o poderio das corporações. Seria tolice subestimar o predomínio dos megagrupos no atual cenário de transnacionalização e oligopolização das indústrias de informação e entretenimento” (MORAES, 2001: 21). E mais, ele destaca pelo menos três desafios que em sua visão serão enfrentados pelos movimentos sociais na Internet: a definição de estratégias de comunicação que aproveitem plenamente as potencialidades criativas e interativas das tecnologias multimedia; o aumento substancial do número de usuários, o que depende da superação de entraves econômico-financeiros (custos de computadores, *modems*, linhas e tarifas telefônicas, provedores de acesso); e uma melhor formação para os ciberativistas, com simplificação de procedimentos informáticos, cursos e treinamentos (MORAES, 2001: 21-22).

A Internet, e o ativismo feito através do computador, é a mais popular e estudada inovação nas mobilizações sociais, mas não é a única. Dentro do enorme novo universo dos media, um tem ganhado destaque: o telemóvel. Desde há cerca de 10 anos, os telefones portáteis vêm se popularizando e, ao contrário dos computadores, estão presentes nas mais diferentes camadas sociais. Em Portugal, por exemplo, o número de telemóveis já ultrapassou o de habitantes; ou seja, há em média mais de um telemóvel por habitante. Assim, é uma comunicação de alcance significativo. Não cabe a este trabalho discorrer sobre o carácter mais direto da comunicação por telemóvel. Pela própria natureza do meio, ela é mais dirigida, isso, no entanto, não afeta a capacidade de mobilização das mensagens.

Exemplo dessa eficácia foi a mobilização espanhola após os atentados em Madrid, no dia 11

de Março de 2004¹⁴, às vésperas das eleições legislativas de 14 de Março. Nadales mostra números de pesquisas de intenção de voto, que apontavam o candidato da situação, do Partido Popular (PP), na frente do candidato do Partido Socialista Operário Espanhol (PSOE) com quase 10 pontos percentuais de vantagem. Mas, nas eleições, o vencedor foi o candidato do PSOE, José Luís Zapatero. Junto com o fator terrorismo, que amedronta os espanhóis há anos com o ETA¹⁵ (Euskadi Ta Askatasuna, nome em basco, que significa Pátria Basca e Liberdade), Nadales aponta – em um tom extremamente desapontado com o resultado da eleição - os media como os responsáveis pela virada nas ruas (NADALES, 2004: s/p). Com um fator novo, não só os media tradicionais: o telemóvel.

Com as mobilizações de 13 de Março de 2004, em Espanha, os europeus perceberam até que ponto podiam impulsionar uma mudança decisiva a partir de uma mobilização sem partidos políticos. Foi "a noite dos telemóveis" e, embora ainda se discuta em que medida a mobilização pôde influir no resultado eleitoral do dia seguinte, ninguém pode negar que foi um momento de radical novidade na história espanhola (UGARTE, 2007: 24). Ao analisar as mobilizações por telemóvel, Ugarte diz que no mundo da comunicação por mensagem de texto, via telemóvel (chamadas SMS), funciona plenamente a lógica das “epidemias”, nas quais os indivíduos são afetados pelas mensagem como são afetados pelas doenças epidémicas (UGARTE, 2007: 32).

Existem, inclusive, organizações, como a norte-americana MobileActive (www.MobileActive.org), que usam os telemóveis para divulgar e fiscalizar causas sociais. Em uma entrevista ao jornal brasileiro Estado de São Paulo, em Setembro de 2007, a então coordenadora da MobileActive, Katrin Verclas, disse que “a proliferação dos telefones celulares¹⁶ já alterou a maneira como a sociedade se relaciona culturalmente. Agora, chegou a hora dos aparelhos também serem usados para estabelecer mudanças sociais” (Pesquisadora Katrin Verclas, da ONG MobileActive, defende revolução pelo celular. Em O Estado de São Paulo, 20/9/2007).

A ativista destaca ainda o maior alcance dos telemóveis, em relação à internet: “Fala-se muito do poder da internet, mas relativamente a rede ainda é acessada por uma porcentagem pequena da população mundial. Os telefones celulares são mais acessíveis, estão nas mãos de praticamente metade dos habitantes do planeta” (VERCLAS, em entrevista ao jornal O Estado de São Paulo,

¹⁴ A data refere-se aos atentados de quinta-feira, 11 de Março de 2004, no qual 191 pessoas morreram e 1.700 ficaram feridas. Foi o maior atentado terrorista da história da Espanha. Quatro comboios da rede ferroviária de Madrid foram atingidos, em 10 explosões quase simultâneas, a partir das 8 da manhã. A polícia acionou outras duas bombas que não tinham sido explodidas e uma terceira foi desarmada. As investigações espanholas apontam a autoria dos atentados a uma célula islamista local que tentava reproduzir as ações da rede terrorista Al Qaeda (responsável pelos atentados em 11 de Setembro de 2001 nos Estados Unidos).

¹⁵ A ETA é um grupo que pratica o terrorismo como meio de alcançar a independência, em relação à Espanha e à França, da região do País Basco. O território reivindicado fica na zona do noroeste da Espanha e do sudoeste da França, na região montanhosa junto aos Pirineus.

¹⁶ Telefone celular é o nome usado no português falado no Brasil para telemóveis. Aqui, mantivemos o original da entrevista.

20/9/2007). Segundo dados apresentados pela própria MobileActive, são 3 bilhões de telemóveis no mundo, um a cada 2 habitantes do planeta.

A MobileActive atua, principalmente, na área política e na divulgação de ações democráticas. A organização usa as mensagens de telemóvel para incentivar votos em países nos quais esse não é obrigatório, para monitorar votações e para divulgar excessos cometidos contra presos políticos. Além de organizar as pessoas para eventos de mobilização popular, como campanhas ecológicas e de saúde pública em países emergentes. Como exemplo, a ativista disse já ter conseguido “monitorar até a entrega de remédios na África por meio do celular”.

Para os críticos da tecnologia, Verclas lembrou que o uso depende do utilizador. “A tecnologia nunca é do bem ou do mal, ela é sempre neutra. O uso que fazemos dessa tecnologia é que pode ser boa ou má. Metade da população mundial usa celulares todos os dias, então é melhor incentivá-los a fazer isso com responsabilidade” (VERCLAS, em entrevista ao jornal O Estado de São Paulo, 20/9/2007).

Esse modelo alternativo de expressão, apoiado em processos interativos, contribui para reduzir a dependência aos meios tradicionais, com a sua crônica desconfiança dos movimentos comunitários. O mosaico comunicacional reforça, assim, os campos de resistência à concentração da mídia, permitindo que idéias humanistas se expressem no perímetro do espaço político desterritorializado (MORAES, 2001: 12).

Pese o destaque dado por Moraes aos modelos alternativos de expressão, como apoiados em processos interativos, Blood discorda que esses modelos aumentem a interação com o público. Ao se referir especificamente à Internet, ele afirmou que da perspectiva de um ativista, a Internet pode permitir liberdade de expressão, mas a voz dessa liberdade é extremamente difícil de ser ouvida a não ser que a pessoa esteja procurando-a. Ao criticar o ufanismo pelas novas tecnologias, nesse caso leia-se Internet, Blood concorda com Downing (também citado no capítulo anterior, sobre democracia e internet) ao dizer que a Internet tornou-se um meio muito mais do “mainstream” e comercial.

Por mais que o ativismo digital tenha ainda muitos problemas a resolver, na atualidade, a atuação político-midiática tem que buscar e produzir efeitos nos media tradicionais. Acontecimentos nas praças, nas ruas são fundamentais na produção de sentido político, mas um ato não vale só pelo efeito induzido nas suas circunstâncias, vale, principalmente, pelas repercussões que produz à distância no mundo real, através da mediação operada pela comunicação (RUBIN *apud* Assis, 2006: 92).

Sem ignorar os obstáculos que se interpõem, penso que a Internet tende a firmar-

se como um dos meios de comunicação vitais para a construção da cidadania mundial. Digo um dos meios para reiterar que não entendo o ciberespaço como uma esfera dissociada dos embates sociais concretos. Como cogitar de transformações radicais sem referências objetivas às tradições sociais? Volto a dizer que percebo uma relação de confluência, de acréscimo e de sinergia entre o concreto e o virtual, resultante, de um lado, da progressiva hibridação tecnológica e, de outro, do somatório de possibilidades que nenhuma das partes, isoladamente, alcançaria. Julgo perfeitamente viável combinar os instrumentos de ação político-cultural que ambos fornecem, sem perder de vista que é no território físico, socialmente reconhecido e vivenciado, que se tece o imaginário do futuro (MORAES, 2001: 18).

Não foi só o modo dos movimentos sociais de atuar nos meios de comunicação que mudou com o advento da internet, as formas de se organizar o ativismo também mudaram. Atualmente, os ativistas tiram vantagem das tecnologias e técnicas oferecidas pela internet para alcançar seus tradicionais objetivos. A estratégia desses ativistas é intensificada pela Internet ou baseada nela (VEGH, 2003: 71).

III. 1. Modalidades de ciberativismo

Sandor Vegh apresenta três modalidades de ciberativismo. A primeira modalidade é Awareness/ Advocacy, que traduzido para o português significa: Consciencialização/Apoio. Como os meios tradicionais de comunicação são controlados por pessoas cujos interesses são contrários aos dos ativistas, a Internet serve como um espaço alternativo de notícia e pesquisa de informação.

Vegh entende a rede mundial de computadores como um espaço que pode constituir-se como fonte de informação alternativa, que possibilitaria aos usuários receber informações difundidas pelas organizações e indivíduos participantes das mobilizações sociais, e não apenas pelos grandes meios de comunicação de massa, tradicionais, que na maioria das vezes reportam esses eventos de maneira imprópria ou, até mesmo, os ignoram. As formas de obter informação incluem visitar relevantes Web sítios ou participar, de diferentes formas, de listas de distribuição de e-mails.

Para Vegh, as informações distribuídas na internet têm outra importante implicação para o ativismo: cria uma rede de distribuição que, posteriormente, pode facilitar a organização e as mobilizações propostas. O autor destaca que, especialmente quando há violações dos direitos humanos, a Internet é “essencial para relatar a atrocidade ao mundo exterior, atraindo condenação pública e alimentando ações subsequentes (...) Os usos primários da internet na advocacy online estabelecem-se ao redor de organizar a mudança e conduzir a ação” (VEGH, 2003: 72-73). A internet permite envolver um grande número de grupos ativistas e indivíduos para estabelecer um canal de comunicação de pouco custo e com rapidez. Além disso, as informações podem ser

acessadas em qualquer lugar, a qualquer tempo.

Como exemplos desta primeira modalidade, podemos identificar os sítios dos movimentos sociais, grupos de discussão, fóruns e agências de notícias que têm como fonte preferencial os movimentos sociais.

Pessoas de diferentes localidades podem entrar em contato com realidades até então desconhecidas, se sensibilizar, apoiar causas e até se mobilizar em prol de alguma organização, participando de ações e protestos on-line e off-line (VEGH, 2003: 74).

A segunda categoria definida por Vegh é a internet como organizadora e mobilizadora, pode ser caracterizada de três diferentes formas. São elas: a chamada para uma ação offline; a chamada para uma ação que normalmente ocorre offline, mas que pode ser mais eficiente online; e a chamada para uma ação que só pode ser realizada online.

A primeira forma inclui o convite para atividades do movimento, enviado por e-mail ou sob a forma de aviso colocado no sítio da organização.

A segunda forma mais comum de atuação consiste no envio de e-mails para autoridades; a sua eficiência está no “tempo mínimo que é necessário para enviar mensagens pela internet”; mas, como o próprio autor alerta, “se o número consideravelmente maior de mensagens resultante desta prática causa o mesmo impacto no legislador que causam as correspondências tradicionais é uma outra questão”. Para José Eisenberg, “os e-mails enviados a autoridades dificilmente são lidos, assim como grande parte das cartas endereçadas a parlamentares. Filtradas por assessores, muitas vão para o lixo e outras são respondidas com uma ou duas frases. Não há diferença real entre essas cartas e os e-mails” (EISENBERG, 2001: s/p). Eisenberg considera que a organização de um boicote a uma determinada empresa, ou a produtos de um país, é uma forma de protesto que utiliza a internet com mais sucesso. “Nesse caso, o poder de impacto da rede é inegável” (EISENBERG, 2001: s/p). Em Portugal, no ano de 2008, foi proposto boicote aos produtos chineses em razão do conflito pela independência do Tibet. Em 2009, foram os produtos de Israel que começam a ser boicotados em todo o planeta, para exigir o fim da invasão à Faixa de Gaza.

A última subdivisão desta categoria é tipificada pelas campanhas de spam com o objetivo de saturar um servidor. O envio em massa de mensagens “Em uma quantidade e frequência que sature a capacidade de resposta e, portanto, perturbe e pare o servidor da entidade alvo” (VEGH, 2003: 86). O próprio Vegh refere que essa última subdivisão da segunda modalidade se aproxima da terceira modalidade definida do ciberativismo: Ação/Reação.

Aliás, as fronteiras entre as diferentes categorias são extremamente fluidas, como este comentário do autor sobre “Advocacy” e Mobilização torna evidente:

Os aspectos técnicos por trás da advocacia e da mobilização online são suficientemente claros. A forma mais efetiva é estabelecer uma página de internet que forneça informação e que influencie o leitor a adotar o ponto de vista desejado e o convença a agir em prol da causa. Paralelamente, listas de email devem ser organizadas para garantir um fórum onde um público mais amplo possa discutir questões, distribuir notícias e outros desenvolvimentos acerca da questão para pessoas já simpatizantes da causa, e para permitir comunicação e coordenação entre aqueles que estão no núcleo do movimento (...) Mais ainda, as mais bem sucedidas campanhas online de advocacy parecem ser as que combinam diferentes tipos de lobby e mobilização (VEGH, 2003: 73).

Analisemos agora a terceira e última modalidade de ciberativismo (Ação/Reação), cuja designação mais comum (instigada pelos media tradicionais) é a de “ataques online” cometidos por hackers¹⁷. O ativismo dos hackers atua invadindo ou congestionando sítios e, até, cometendo cibercrimes. É o mais proativo e agressivo uso da internet para atingir um objetivo, que pode ter motivações políticas ou financeiras.

O objetivo é saturar os servidores da página alvo com solicitações, provocando a forte desaceleração do mesmo ou o seu bloqueio. A fim de automatizar este ataque coordenado, eles criaram um aplicativo chamado FloodNet, o qual foi lançado para o público e tornou-se amplamente utilizado em outras ações diretas online. Enquanto que saturar servidores com excesso de solicitações não se trata exatamente de um crime, qualquer ação direta que resulte num transtorno das operações destes servidores pode, de fato, constituir atividade passível de ação legal (VEGH, 2003: 82).

Outra ação dos movimentos na web, que não inclui organização de mobilizações nem distribuição de notícias, é a criação de páginas falsas de grandes instituições internacionais, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), quando essas instituições estão organizando grandes eventos (por exemplo, a OMC na sua reunião em Seattle). Assim, quem então visitava o sítio da entidade, lia o que os “hackers” queriam e não o que o sítio oficial dizia. Vegh coloca a criação de uma “nova” página para grandes instituições como uma ação de hacktivismo, pois é necessário para colocar a página no ar conhecimentos de informática característicos dos “hackers”.

III. 2. Exemplos de ciberativismo

III. 2. 1. MST

No contexto de busca por espaço das lutas sociais nos media, destaca-se, no Brasil, o maior movimento social latino-americano: o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra,

¹⁷ A enciclopédia livre da internet, Wikipédia, define os hackers como indivíduos que elaboram e modificam software e hardware de computadores; seja desenvolvendo funcionalidades novas, seja adaptando as antigas.

mundialmente conhecido por sua sigla MST. Ciente da campanha de marginalização sofrida pelo movimento através dos grandes media, o MST inclui a comunicação em suas bandeiras de luta e constrói espaços de atuação nos meios de comunicação a fim de quebrar a hegemonia da informação.

Em seu sítio na internet, o MST define, além da reforma agrária, mais oito bandeiras de luta: saúde pública, desenvolvimento, diversidade étnica, sistema político, soberania nacional popular, cultura, o combate à violência sexista e a luta pela democratização da comunicação.

E é na esteira dessa luta pela democratização da comunicação que o MST desenvolve estratégias para se inserir na esfera pública. Para essa inserção desenvolve estratégias de veiculação, vinculação e cognição (FONSECA, 2006: 2). Pois, de acordo com Habermas, autor de um dos mais importantes estudos sobre Esfera Pública, *Mudança Estrutural na Esfera Pública*, os meios de comunicação de massa, que publicizam assuntos públicos de forma despolitizada, para fins de entretenimento, não contribuem para a formação de uma verdadeira opinião pública e falsificam com esse nome juízos que não têm carácter público nem são debatidos racionalmente.

Quando deixou de ser clara a separação entre Estado e Sociedade Civil, e a imprensa passou a servir interesses privados, tornou-se rara a possibilidade de se perceber uma opinião pública. Assim, perdeu-se, por fim, a referencialidade concreta dos fatos e acontecimentos e os media se tornam o espaço em que se forja o real. Em sua multiplicidade de cobertura, eles supostamente abarcam a realidade inteira, conferindo à sociedade uma dimensão de todo, mas de forma pseudo-representada (HABERMAS *apud* Fonseca, 2006: 2).

Na luta constante para se inserir nessa Esfera Pública mediática, o MST criou, em sua estrutura organizacional, um departamento específico para tratar o tema, o Setor de Comunicação. Nesse setor são organizadas as ações ligadas à área e desenvolvidos os projetos que procuram dar visibilidade à luta do Movimento.

Os principais projetos de Comunicação são: o *Jornal Sem Terra*, existente há 22 anos, que divulga as ações internas dentro dos acampamentos; a *Revista Sem Terra* é uma publicação com análises de intelectuais sobre a questão agrária, o principal público alvo da revista são os integrantes da classe média, universitários, professores e a academia em geral. O *Jornal Brasil de Fato*, semanário de abrangência nacional, faz um resumo de notícias e análises brasileiras e internacionais sob a ótica do Movimento e da Esquerda brasileira. Há ainda: o programa de rádio *Vozes da Terra*, que surgiu em 2000, e é distribuído para mais de 500 rádios comunitárias em todo o país – em parceria com a Universidade Católica de Santos (Unisantos) –; e o sítio do MST (www.mst.org.br) (MILHOMENS, 2009: 5-6).

No sítio, há ferramentas de divulgação e mobilização (agenda, loja virtual, biblioteca, spots de rádio, manifestos e artigos dentre outros), e está disponível em oito idiomas. O sítio tem ainda o

boletim eletrônico *MST Informa*, produzido quinzenalmente e enviado a milhares de pessoas em todo o mundo (MILHOMENS, 2009: 6).

“O fato de termos nossos canais possibilita uma maior credibilidade, uma vez que as notícias neles veiculadas estão sob a ótica das próprias forças progressistas, sem filtragem, censura ou deturpação dos fatos. Uma coisa é ler uma notícia sobre a política de privatizações em um meio de difusão controlado ou influenciado pelo governo, que tem todo o interesse em promovê-las. Outra é ler essa mesma notícia sob a ótica de quem se opõe a tal política. Uma homepage feita pelas forças progressistas possibilita, e muito, a divulgação de seus pontos de vista. Os meios de comunicação massiva funcionam como uma espécie de filtro entre o que deve ser noticiado, destacado, deturpado ou ocultado. A Internet rompe com essa intermediação. Por isso, pode facilitar que os agentes das notícias sejam os agentes que fazem esse acontecimento chegar até o conhecimento da sociedade” (Neuri Rosseto, coordenador do MST, em entrevista a MORAES, 2001: 7).

São ferramentas que põem em prática o pensamento do movimento. Durante o último Congresso do MST, realizado em Julho de 2007, em Brasília, foi divulgado um documento sobre Democratização da Comunicação que defende que:

O povo tem o direito de organizar seus próprios meios de comunicação social, de forma associativa. E o Estado deve garantir os recursos para que exerça esse direito. É preciso democratizar os meios de comunicação, começando por acabar com o monopólio privado dos meios¹⁸ (...) O Estado deve estimular, com políticas e recursos para que se amplie o maior número possível de meios de comunicação, sob controle social, nas mais diferentes formas de organização popular. Devemos lutar pela garantia de funcionamento de milhares de rádios comunitárias existentes no país e não compactuar com a burocracia criada pelo próprio Estado para a manutenção do poder da comunicação nas mãos de poucos (Sítio do MST).

Para o MST, as concessões de radiodifusão (rádio e TV) que têm caráter público devam ser discutidas - sobre outorgas e renovações - no âmbito da sociedade, para que essa possa debater. O movimento defende ainda que “deve ser proibido o uso de concessões públicas de meios de comunicação como forma de obtenção do lucro”, pois “a comunicação não é mercadoria, é um serviço público em benefício do povo, como determina a Constituição brasileira e não pode estar subordinada à lógica financeira. Deve ser proibido qualquer investimento ou ingerência estrangeira em qualquer meio de comunicação social” (Sítio do MST).

Se para ter acesso às rádios, o MST precisa fundar rádios comunitárias¹⁹, que na realidade do

¹⁸ Atualmente, no Brasil, menos de dez grupos – constituídos por famílias ou agremiações religiosas – controlam as maiores redes de comunicação, incluindo televisão, rádio, jornais, revistas e portais na internet.

¹⁹ De acordo com a Associação Mundial dos Radiodifusores Comunitários (AMARC), as rádios comunitárias tem como objetivo democratizar a palavra para democratizar a sociedade. Com frequência bem mais baixa que as rádios

movimento passa por frequentes fechamentos, realizados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)²⁰, influenciada por fortes interesses políticos (e de políticos); e se nas televisões, o MST só chega criminalizado; em um espaço ele é livre para atuar em pé de igualdade: a internet.

A internet trouxe uma mudança na forma como grupos de pressão influenciam a opinião pública, corporações e governos. O ganho mais visível é o estabelecimento de um meio global e de baixo custo para a difusão de idéias. Nunca antes foi tão barato e fácil publicar as críticas de ativistas de modo articulado e com credibilidade, com a vantagem que os ativistas não têm mais que satisfazer os valores das empresas de notícias para alcançar um público potencialmente vasto (BLOOD, 2000: 160).

A militância no espaço da internet tornou-se uma das grandes ferramentas do MST. Assim, o movimento atua em várias frentes e espaços, conquistando, todos os interessados na luta pela Reforma Agrária. Não só os camponeses que compõem a sua base. São moradores do (des)território de áreas urbanas e rurais, articulados pela virtualidade, volatilidade e pluralidade, características seminais da cultura digital (MILHOMENS, 2009: 7).

Amplia-se, nesse sentido, a “Caixa de Ressonância” que é a esfera pública política, enumerada por Habermas, dando “voz e microfone” aos que antes não o tinham. Dessa forma, cria-se uma nova Esfera Pública para o debate, uma “neo-arena” elementar na propagação e na defesa de opiniões contraditórias, muitas vezes em virtual confronto com os que antes detinham a concessão da informação: as grandes corporações midiáticas e seus parceiros ideologicamente comprometidos com suas linhas editoriais (MILHOMENS, 2009: 7).

Os movimentos de protesto, alimentados pelas reservas de racionalidade comunicativa, disputam visibilidade nessa esfera, tentando fazer com que suas reivindicações sejam identificadas como problemas e debatidas por públicos mais amplos do que os imediatamente envolvidos em suas questões (MILHOMENS, 2009: 7).

De acordo com Lemos, um dos principais objetivos do ativismo eletrônico é combater o desinteresse pela coisa pública e criar canais de participação autênticos. “Através de sites, blogs e/ou portais mobilizadores, pessoas, não necessariamente de um determinado espaço comum, podem organizar movimentos, difundir opinião e informação, agregar pessoas, promover ações físicas e eletrônicas, expressar seus descontentamentos em relação aos problemas cotidianos. Trata-

comerciais. O que define essas rádios é serem emissoras de propriedade cooperativa, ou que pertenam a uma organização civil sem fins-lucrativos, ou que funcionem com outro regime de propriedade, mas que sempre esteja garantida sua finalidade sociocultural.

²⁰ Agência responsável por regulamentar e fiscalizar as telecomunicações no Brasil.

se de utilizar as diversas ferramentas da Internet (*fóruns, chats, websites, email*) para difundir informação, reunir pessoas, propor idéias e ações. Essa é a esperança, mas uma esperança alicerçada em experiências concretas e em um fenômeno social planetário” (LEMOS, 2004: 132).

É assim que o MST atua, pois o ciberativismo permite essa atuação em várias frentes e uma articulação em rede, descentralizada e colaborativa. Os militantes do movimento podem interagir com pessoas do mundo inteiro para divulgar suas ações, pensamentos e colocar o MST em pauta. Pois, como defendem os teóricos do Agendamento, “[A imprensa] pode não ser bem sucedida, na maior parte das vezes, a dizer às pessoas o que devem pensar, mas é extraordinariamente bem sucedida ao dizer aos seus leitores sobre o que eles devem pensar. E daqui se segue que o mundo parece diferente a pessoas diferentes, em consequência não apenas dos seus interesses pessoais, mas também do mapa que para elas é desenhado pelos escritores, editores e redactores dos jornais que elas lêem” (COHEN, 1963: 13). Assim, o MST usa a internet como espaço para inserir na pauta das discussões da sociedade brasileira suas lutas e dificuldades

Sem entrarmos no mérito da capacidade de influenciar dos media, é certo que para um movimento historicamente criminalizado pelos media brasileiros, como o MST, é fundamental que ele busque ferramentas que furem esse bloqueio imposto pelos media e mostre ao país, e até mesmo ao mundo, que o Brasil, se quiser em algum momento de sua história alcançar a justiça social, deve colocar a questão da terra em discussão.

Milhomens entende que o MST se apropriou das ferramentas disponibilizadas por este novo mundo interconectado, informacional e interacional, pois a “estrutura horizontal da rede viabiliza ao Movimento a propagação de suas idéias sem o filtro coercitivo do medium convencional, que, além da parca divulgação de suas ações, manipula negativamente as notícias relacionadas ao MST” (MILHOMENS, 2009: 5). Apesar dessa capacidade dos media de levar informação a todos, é importante o destaque dado por Blood de que as vantagens da internet são muitas, mas ela não aumenta a interação com o público geral. Ou seja, é provável que as pessoas que recebem os materiais produzidos pelo MST sejam as que já são interessadas na questão fundiária e tenham um posicionamento favorável à atuação do movimento.

Segundo Blood, um dos resultados da internet, é que ela está mudando a forma organizacional do ativismo e catalizando uma nova categoria de grupo ativista: o micro-ativista. As campanhas ideológicas são agora feitas contando que devem ter pessoas para fazer a mobilização pela internet (ou pelo telemóvel²¹).

²¹ Segundo dados da organização MobileActive, que mobiliza através de telemóveis na área política e na divulgação de ações democráticas, são 3 bilhões de telemóveis no mundo, um a cada 2 habitantes do planeta. A organização usa as mensagens de telemóvel para incentivar o voto em países nos quais esse não é obrigatório, para monitorar votações e para divulgar excessos cometidos contra presos políticos. Além de organizar as pessoas para

A internet possibilitou a estas pessoas conectarem-se, independente da separação física, em grupos virtuais nos quais elas podem encontrar apoio, coordenar e planejar campanhas, e formar alianças táticas e estratégicas com indivíduos e grupos similares, apesar de recursos e organização mínima. (BLOOD, 2000: 160)

De acordo com Castells, atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. Por isso, os movimentos não podem ficar de fora desses espaços, pois seria “sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura” (CASTELLS, 2003: 8).

III. 2. 2. EZLN

Um exemplo de ousadia, pioneirismo e inovação foi a atuação do mexicano Exército Zapatista para a Libertação Nacional, o EZLN. Em 31 de Dezembro de 1994, quando o governo mexicano celebrava a entrada do país no Acordo de Livre Comércio da América do Norte (Nafta, da sigla em inglês) , surgia nas florestas de Lacandón o exército indígena que tomava os gabinetes municipais e as delegacias de quatro cidades na região de Chiapas. Declarando guerra ao Estado do México, o EZLN reivindicava o direito inalienável de alterar ou modificar sua forma de governo. Em declaração pública, o exército contava a história de uma luta de mais de 500 anos pela autonomia, igualdade e liberdade dos indígenas e exigia o cumprimento de demandas básicas como o direito à terra e à alimentação.

Em poucas horas as telas de computadores de todo o mundo irradiavam as notícias do levante. O semário mexicano La Jornada conseguiu obter a declaração de guerra e a reproduziu online na Cidade do México. Traduzida para vários idiomas, abriu caminho pela Internet e chegou às mãos de acadêmicos, jornalistas, ativistas, defensores de direitos humanos. Com essa intervenção sem precedentes no discurso nacional, o exército indígena rompeu de maneira irrevogável o silêncio de séculos (DOWNING, 2002: 294).

O movimento zapatista em Chiapas arrebatou a imaginação popular pelo mundo todo ao congregar apoio para sua causa através de redes eletrônicas de faxes e da Internet, em conexão com o mundo da mídia e uma estrutura descentralizada de grupos de solidariedade (CASTELLS, 2003: 115).

Até a Televisa, principal emissora mexicana e controlada pelo governo, foi obrigada a relatar

as exigências do EZLN. De acordo com Downing, desde o início, a estratégia de comunicação do EZLN era realizar ações que permitissem a imediata atenção nacional e internacional, incluindo a publicação de suas exigências em media impressos e eletrônicos. Além do convite a escritores, jornalistas (editores), intelectuais para visitarem as comunidades de resistência, pessoas influentes, que atraíssem o interesse dos grandes media.

Downing destaca, no entanto, que a principal inovação do movimento foi “transmitir suas exigências sem o filtro da mídia oficial” (DOWNING, 2002: 298). A rede extensa e diversificada de comunicação radical permitiu ao EZLN que não fosse destruído por ações violentas do governo.

O mais crucial dos media para os zapatistas foi a Internet. Na internet, a informação viaja de forma errante, passando de um conhecido a outro (coletivo e individual) sem nenhum critério predeterminado de acesso, controle editorial ou resultado (DOWNING, 2002: 299).

Os zapatistas usaram listas de discussão e grupos de discussão para difundir as informações não registradas pelos media oficiais ou com um ponto de vista diferente desses. Sítios também foram desenvolvidos pelos simpatizantes dos zapatistas e a informação sobre o movimento não parou mais de se reproduzir.

As pessoas que participam da divulgação e discussão de informações na Internet ocupam uma esfera discursiva que está fora da mídia oficial. Podem falar livremente e ainda contam com uma ampla audiência, o que constitui uma excelente oportunidade num mundo em que a informação e seus meios de distribuição são zelosamente guardados por políticos e pelos interesses corporativos. Seus artigos não sofrem os cortes de editores politicamente cautelosos, não são silenciados pelo escrutinado governo, nem tolhidos pela necessidade de maximizar lucros. No mundo do jornalismo na rede qualquer um que tenha acesso à Internet pode publicar o que desejar (DOWNING, 2002: 301).

O EZLN não se restringiu a essa atuação online. Também fizeram campanhas de envio de mensagens às autoridades mexicanas e norte-americanas, além de atuar em sítios de instituições financeiras no México e nos Estados Unidos, para deixar as páginas delas fora do ar ou lentas. Os zapatistas estão em quase todas as possibilidades de ativismo online, mas sem esquecer que a melhor forma de atuação é congregar as atividades on e off line. O exemplo de criatividade e luta permanente dos indígenas é o mais estudado e difundido dentro da literatura sobre ciberativismo.

Campanhas como essa se espalham pelo mundo, seja para pedir um fim da violência contra as mulheres em Ciudad Juarez, no México, seja para proteger um ecossistema. Os ciberativistas e as amplas possibilidades do ciberespaço têm gerado uma vasta gama de atividades executadas. Mas algumas dessas atividades, especialmente as definidas na terceira modalidade de Vegh, colocam o ciberativismo em confronto com a lei, questão que discutiremos no próximo tópico.

IV. Adital

Outro exemplo de ciberativismo que podemos apontar foi a campanha em defesa do Rio Madeira, no Norte do Brasil. A Agência de Informações Frei Tito para América Latina veiculou, no dia 11 de Dezembro de 2007, uma notícia na qual chamava a população a enviar e-mails para barrar o projeto do Governo Federal de construção do Complexo Madeira, que prevê a instalação de quatro hidroelétricas, de eclusas, hidrovias e uma grande transmissão de energia que vai de Porto Velho (em Rondônia) até São Paulo.

“Você pode ajudar na campanha “O Rio Madeira é Nosso!” engajando-se em lutas populares na região e nos estados, estimulando o debate e denúncia, organizando grupos de apoio e mandando e-mails solicitando o cancelamento dos projetos hidrelétricos no Rio Madeira para o senhor Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva (pr@planalto.gov.br) ou para o Ministro de Minas e Energia, Nelson Hubner (hubner@mme.gov.br)” (Sítio da Adital).

Foi em um cenário de meios de comunicação sustentados, principalmente, em interesses privados, que surgiu a ideia - em Dezembro de 1999 - de três entidades italianas (a Fundação "Rispetto e Parità", a Agência de Notícias "Adista", a Rede "Radiè Resch") de organizar uma agência de notícias que divulgasse para o mundo a vida e os processos sociais da América Latina e do Caribe. Assim, elas apresentaram a Frei Betto²² a proposta de criar uma Agência de Notícias que tivesse como fonte preferencial os movimentos sociais. Com isso, surgiu na cidade de Fortaleza, no nordeste do Brasil, a Agência de Informações Frei Tito para a América Latina, ou Adital.

Frei Betto levou a proposta para a cidade de Fortaleza, onde já existia a Agência de Notícias Esperança (ANOTE), que atua como um canal permanente entre os setores sociais. A ANOTE tem um caráter mais local e como público alvo as rádios, mas foi o embrião de criação da Adital.

A estrutura da Adital é toda baseada na Internet. Nas próprias palavras do coordenador geral da Adital, Padre Ermanno Alegri, a Adital seria inviável sem a Internet. As pautas chegam via e-mail, as fontes são checadas via Web, entrevistas são realizadas via e-mail. A construção de um cadastro de fontes foi feita também com base na internet, a partir de contatos de redes de movimentos sociais. Assim como as traduções - a publicação de matérias no sítio é bilíngüe (português e espanhol), todas as notícias e alguns artigos de opinião - que são mandadas para a Argentina.

²² Carlos Alberto Libânio Christo, conhecido como Frei Betto, é religioso dominicano e escritor. Adepto da Teologia da Libertação, combateu as forças repressoras militares durante a Ditadura que governou o Brasil de 1964 a 1984. É militante de movimentos pastorais e sociais.

No nosso caso, a Internet é utilizada desde o início. Mesmo sabendo que o acesso ainda é limitado, a velocidade e o volume de mensagens recebidas e enviadas nos mostram que esse é um meio adequado para manter ativo o fluxo de comunicação com os movimentos sociais (Conceição Rosa, coordenadora da Adital em entrevista por e-mail).

No ano 2000, uma equipe começou a estruturar a Adital. A estrutura hierárquica da agência tem um presidente, uma Assembléia Geral (dos Sócios no Brasil e na Itália), um diretor executivo, uma coordenadora, uma editora, duas repórteres, um tradutor e um estagiário contratados. Além de uma editora, uma repórter e uma estagiária e um tradutor colaboradores (trabalham em projetos específicos), uma auxiliar de administração, uma administradora e duas pessoas na área de informática (todos trabalham em regime de serviços prestados).

A Adital funciona com uma editoria geral. Mas eventualmente, em razão de projetos desenvolvidos com parceiros, a agência cria sub-editoria. A mais usual é a de Economia Solidária, pois por ser um tema forte dentro dos movimentos, projetos sobre o assunto costumam ter boa aceitação de patrocinadores. Além da editoria geral, com notícias, há também a editoria de opinião. São mais de 120 colaboradores frequentes, de todos os lugares do mundo, discutindo problemas dos movimentos sociais latino-americanos. Segundo a coordenação da Adital, essa é uma seção muito valorizada pelos leitores, cujo interesse pelas análises é acentuado.

A produção de notícias da Agência destina-se aos jornalistas dos media mundiais (escritos, radiofônicos, televisivos, on-line) e a todos os setores da sociedade civil no mundo, na busca de levar a agenda social latino-americana e caribenha a esses media internacionais.

Com isso, a Adital espera estimular um jornalismo de cunho ético e social; favorecer a integração e a solidariedade entre os povos; desvendar para o mundo a dignidade dos que constroem cidadania; dar visibilidade às ações libertadoras que brotam nos meios populares; além de fazer conhecer o protagonismo dos atores sociais que são as fontes de informação da Agência e são democratizadores da comunicação (Sítio da Adital, acessado em 05 de Dezembro de 2009).

Mas por que criar uma agência de notícias? Assim como é escassa a literatura sobre ciberativismo, também são quase inexistentes os trabalhos sobre agências de notícias. Mas entre ambos há uma enorme diferença, enquanto o ativismo digital é um fenômeno recente, de cerca de duas décadas, as agências datam do século XIX e carregam em si a responsabilidade de por quase toda a informação divulgada no mundo.²³

As assimetrias resultantes da oligopolização das indústrias de informação e entretenimento são imensas e permanecem. Os Estados Unidos ficam com 55% das receitas mundiais geradas por

²³ De acordo com o livro, *Um mundo e muitas vozes*, da Unesco, 15 empresas transnacionais - localizadas em cinco países - são responsáveis pela maioria das ações de comunicação no mundo. Das cidades de Londres, Nova York e Paris eram produzidas 80% das notícias lidas no mundo até o começo da década de 1980. (PAIVA, 2002; 3-4)

bens culturais e comunicacionais; a União Européia, com 25%; Japão e Ásia, com 15%; e a América Latina, com apenas 5% (PAIVA, 2002: 4). Os media globais estão nas mãos de alguns conglomerados, que veiculam dois terços das informações e dos conteúdos culturais disponíveis no planeta. São proprietários de estúdios, produtoras, distribuidoras e exibidoras de filmes, gravadoras de discos, editoras, parques de diversões, TVs abertas e pagas, emissoras de rádio, revistas, jornais, serviços on line, portais e provedores de Internet, vídeos, videogames, jogos, softwares, CD-ROMs, DVDs, equipes esportivas, megastores, agências de publicidade e marketing, telefonia celular, telecomunicações, transmissão de dados, agências de notícias e casas de espetáculos (MORAES, 2004: 20).

No livro publicado pela Unesco, *Um mundo e muitas vozes*, os responsáveis pelo estudo recomendam que se desenvolvam agências de notícias nacionais para disponibilizar diferentes pontos de vista para a compreensão dos acontecimentos.

Para Góes, as agências de notícias estão entre as primeiras empresas transnacionais ou multinacionais de media, que desempenham um papel importante na difusão de notícias no processo de globalização. Elas são organizações que atuam globalmente na produção, venda e distribuição de material jornalístico. Um pequeno grupo que funciona como cartel e é responsável pela seleção e organização das informações para os meios de comunicação (jornais, rádio, redes de televisão e provedores online), instituições financeiras, governos e indivíduos ao redor do mundo.

As grandes agências desempenham o papel de selecionador (gatekeeper) de notícias mundial. As agências de notícias, por sua própria constituição e funcionamento, são os maiores exemplos de concentração midiática (GÓES, 2006: 2).

Para Boyd-Barrett, citado por Góes, as agências de notícias de âmbito nacional, que restringem a cobertura jornalística a seus países, atuam globalmente na geração e troca de informações dentro de um sistema mundial de media controlados por quatro grandes agências privadas ocidentais - Agence France-Presse (AFP), Associated Press (AP), United Press International (UPI) e Reuters - e pelas duas principais agências estatais - Itar-Tass (Rússia) e Xinhua (China). As agências nacionais freqüentemente servem como funis das notícias locais para as grandes agências mundiais, que estão concentradas nos países mais desenvolvidos do mundo. É um mercado hierárquico, em que um pequeno número de agências globais fornece notícias aos clientes de todas as partes do mundo, incluindo as agências nacionais.

A agência de notícia é uma empresa que tem por principal finalidade coletar notícias e, de uma maneira geral, documentos de atualidade, tendo como objetivo fornecer esse serviço a empresas de informação, excepcionalmente a particulares, em vista de assegurar-lhes, contra

pagamento em condições conforme as leis e aos usos do comércio, um serviço de informação tão completo e imparcial quanto possível (UNESCO *apud* Paiva, 2002: 5).

Em comparação às agências de notícias tradicionais, a Adital assume que têm como grande diferença o uso dos movimentos sociais como fontes. “O nosso grande diferencial é a fonte. Aqui, os movimentos sociais, ignorados para darem a sua versão dos fatos - até mesmo quando são a notícia -, são como já dito anteriormente nossa fonte preferencial”. E como semelhanças, os critérios utilizados para seleção de pauta, os “valores-notícia”, “usuais em praticamente todos os meios de comunicação de massa” (Ana Rogéria, editora da Adital, em entrevista).

Como todo material jornalístico, também o das agências passa pelos critérios de seleção do jornalista. A imparcialidade sugerida pela Unesco algumas vezes é buscada, outras nem isso, mas nunca alcançada. Ante essa realidade, um questionamento que se faz necessário é, se a parcialidade é própria da notícia produzida, já que cada repórter ou jornalista relata o que viu a partir do ângulo observado. Não seria, então, mais interessante que o leitor soubesse qual a identificação político-ideológica do veículo de comunicação para saber de que ponto de vista a matéria foi escrita? Tomar a decisão de apontar as identificações políticas e/ou ideológicas não significa que o jornalista vá interromper sua busca por imparcialidade, por pluralidade de vozes. Ouvir a voz destoante da visão da empresa jornalística é uma obrigação ética.

Mesmo muitos anos depois do lançamento do livro da Unesco no Brasil, em 83 (três anos após o lançamento da edição em inglês), a Adital surgiu para desenvolver esse propósito de diversificar os pontos de vista e dar um olhar regional aos acontecimentos. Se o que os latino-americanos lêem é o que o norte produz, então a compreensão dos latinos sobre sua própria realidade é deturpada.

Atualmente, a Adital recebe informações de correspondentes em diferentes países da América Latina e do Caribe, além de pessoas e grupos que constroem cidadania em seus países, como: membros do Terceiro Setor; ativistas dos movimentos sociais e de redes de Direitos Humanos; líderes sindicais, trabalhadores urbanos e camponeses; docentes e discentes de universidades; emigrantes, povos indígenas, negros, com suas comunidades e culturas de resistência; mulheres, crianças, adolescentes e jovens, portadores de necessidades especiais, pessoas da terceira idade e diversidade sexual; grupos eclesiais e agentes de Pastoris Sociais de diferentes igrejas e tradições religiosas. É a diversificação de vozes, para cumprir o papel democrático que os media deveriam ter.

A mídia alternativa dos movimentos sociais na web objetiva a transformação social, a conscientização política, a luta por direitos, denunciar as causas e, se possível, indicar ações que podem ser tomadas. Tanto a seleção dos fatos quanto o seu enquadramento são feitos na perspectiva dos interesses e ideais dos

movimentos sociais. A Internet, por seu baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição, consolida-se a cada dia como o meio essencial de expressão e organização dos movimentos sociais (GÓES, 2006: 7).

A proposta da Agência, de ser proporcionadora de práticas emancipadoras, vai ao encontro da ideia de que os media não são somente o lugar da troca de informações, mas também um lugar de da modificação de atitudes que permitem orientarmo-nos na acção.

E mais, agências como a Adital e meios de comunicação com similares objetivos de democratizar a comunicação revivem no âmbito dos media o espaço público como um espaço para tomadas de decisão livre que vincule o pensamento e as práticas do dia a dia a um espaço onde a liberdade comunicacional é reciprocamente dada.

Em um mundo no qual cada vez mais os noticiados, e os “lados” da notícia, são apenas as versões dos que detêm o poder econômico, parece que o jornalismo se distancia de seu objetivo que é transmitir ao outro – no caso, o cidadão - um saber que é suposto ele ignorar. Para que haja a necessidade dessa informação, para que ela seja justificada, é preciso que o saber em questão possa ser reconhecido como verdadeiro. O objectivo da informação obriga a dizer o verdadeiro, e esse verdadeiro deve repousar tanto sobre a descrição dos factos como sobre os seus comentários.

Quando se opta por privilegiar determinadas fontes de informação, se perde o que é “verdadeiro” e também a função maior do jornalismo que é dar a todos voz. E dar voz a todos não é alcançar a famigerada objetividade jornalística. É, antes de tudo, construir a notícia pautada por princípios éticos e buscando ouvir todas as partes citadas.

Todo o texto jornalístico é, de algum modo, argumentativo. Como já dissemos anteriormente, toda construção de notícia passa pela visão particular do jornalista, o observador dos fatos. A subjetividade dos processos jornalísticos é analisada desde a primeira teoria do jornalismo a ser desenvolvida, a teoria do gatekeeper. Nela, White concebe o processo de produção da informação como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversas “gates”, que não são mais que áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. O processo de escolha é considerado subjetivo e arbitrário, dependente do juízo de valor baseado nas experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper (jornalista) (TRAQUINA, 2004: 150).

Na escola de jornalismo, se aprende que a escolha da pauta a ser desenvolvida leva em conta critérios de factualidade, proximidade, localidade, temporalidade, mas, muitas vezes, é só por vontade do editor ou por determinação da chefia.

De certo modo, com a Adital não é diferente. Em entrevista com a editora da agência, ela aponta os critérios de seleção de pauta

a elaboração das pautas segue os critérios da factualidade, urgência das demandas recebidas (denúncias, declarações). Procuramos elencar temas que são importantes dentro do panorama dos movimentos sociais. Categorias como: questões indígenas, questões agrárias, migração, meio ambiente, economia solidária, crianças e adolescentes, mulheres, diversidade sexual, manifestações populares, são algumas das que ganham destaque no boletim eletrônico da agência (Entrevista com Ana Rogéria, editora-chefe da Adital).

No momento da escolha das fontes, a agência checa a fonte para atestar sua credibilidade e veracidade dos fatos. Em geral, trabalha-se com fontes que frequentemente já enviam material para a agência há anos e que são reconhecidas dentro dos movimentos sociais.

Chegam à agência, em média, 400 mensagens diárias de várias partes do mundo. Desse total, é feita uma triagem do que pode se constituir, potencialmente, em matérias para serem veiculadas no sítio. O conteúdo dessas mensagens passa por um processo de pesquisa junto a outros meios independentes e procura-se também alguma repercussão nos veículos maiores. Na sequência, o material decupado vai para o/a repórter que elabora o texto. Em casos de entrevista, são enviadas perguntas por e-mail quando são em países hispano-americanos e, as feitas no Brasil, são realizadas por telefone.

Esse processo se faz mais lento que a apuração de uma matéria por telefone, ou mesmo por deslocamento até ao local do acontecimento. Assim, descaracteriza o conceito de Agência de Notícia, que é dar informação sobre um fato, o mais rápido possível, para fomentar as matérias dos jornais.

A notícia é um produto perecível, deve chegar ao cliente o mais rápido possível para ser utilizada. Uma ideia muito propagada nas sedes das agências de notícias é que a notícia que chega primeiro será a ser utilizada durante todo o ciclo de notícias sobre esse acontecimento (TRAQUINA, 2004: 157).

Traquina se refere a clientes porque essa é a relação que as agências de notícias tradicionais têm com seu público-alvo. Quem quiser utilizar um conteúdo da Reuters ou da AFP tem que pagar, desde fotos – necessitam de um direito de uso de imagem – a entrevistas e matérias do dia-a-dia. Não é esse o caso da Adital, pelo menos não obrigatoriamente. Os leitores da agência que queiram contribuir para a manutenção da mesma podem fazer doações, mas não são obrigados a pagar. Nem mesmo quem reproduz o conteúdo o é.

Apesar de as dificuldades financeiras da agência serem imensas, cobrar pelo conteúdo seria um grande risco para seus propósitos. Se já se faz difícil chegar ao conhecimento público o que acontece, ou como acontece, com os movimentos sociais latino-americanos, essa tarefa se tornaria quase impossível com a cobrança pelo conteúdo produzido.

Inicialmente, o financiamento da agência era feito pela instituição italiana que propôs a

construção da Adital. Hoje, essa fundação enfrenta graves problemas financeiros e não tem como arcar sozinha com os custos. Os coordenadores, sócios e colaboradores da Adital tentam diariamente novas formas de sustentação financeira, como a veiculação, na página da agência, de banners, o desenvolvimento de projetos jornalísticos com temas específicos, para conseguir financiamento de governos, a doação voluntária. Além de um forte investimento para incrementar as campanhas de ampliação dos cadastrados que, além de ampliar as estatísticas de acesso (atualmente são 2,5 mil páginas lidas por mês), poderão apoiar através de assinatura solidária. “É necessário investir tempo e dinheiro até consolidar uma rede de ‘anunciantes’ (dentro da linha editorial da agência) e de ‘assinantes solidários’” (Pe. Ermanno, em entrevista).

*Grande parte do financiamento a projetos de mídia radical, especialmente os que utilizam as redes de computadores, vem do apoio das fundações. Mas os fundos destinados a essa mídia sempre foram insuficientes e são ainda mais escassos para os projetos de conteúdo radical a ser veiculados nas redes. A vasta maioria dos projetos desse tipo que conseguirão financiamento são aqueles que não representam um desafio de peso ao **status quo** (FORD e GIL, 2002: 282).*

Em relação às fontes oficiais, como governos, a Adital recebe material, mas, segundo a coordenação da Agência, só “esporadicamente utilizamos essas fontes”, no entanto, pelo envio diário feito por assessorias de imprensa, inclusive presidenciais, “deduzirmos a preocupação dessas fontes oficiais no sentido de se fazerem presentes na Adital” (Ana Rogéria, editora-chefe da Adital, em entrevista).

Já os movimentos sociais têm lugar assegurado nesse processo de escolha de fontes

A Adital tem como fonte primordial os movimentos sociais. Mesmo os que não contam com um jornalista ou com assessoria de imprensa buscam formas de enviar a informação até nossa equipe. A proposta é a veiculação de notícias, denúncias ou acontecimentos, documentos, artigos de opinião, etc. que não teriam vez nas mídias mais comerciais. Por conta de todo um relacionamento construído desde o início da Adital (quando foram realizadas viagens para contatar movimentos de vários estados brasileiros e vários países da América Latina e Caribe), a agência é bastante procurada por entidades ligadas aos movimentos sociais, tendo criado, assim, um elo que consideramos bastante fortalecido (Conceição Rosa, em entrevista por e-mail).

A dificuldade em contactar esses movimentos é muito maior do que fontes tradicionais, que na maioria das vezes têm serviço de assessoria de imprensa, sítios muito bem elaborados, mas, segunda a editora da Adital, dentro dos movimentos essa realidade está chegando “eles estão muito mais atentos à comunicação” (Ana Rogéria, editora-chefe da Adital, em entrevista).

Esse depoimento de quem lida diariamente com a busca por informações de qualidade sobre os movimentos sociais é importante para percebermos que os movimentos sociais têm realmente um

novo olhar sobre os media. Não que antes os movimentos não achassem importante ter suas lutas e histórias contadas, mas é que agora eles têm a noção de que se os outros não contam, eles mesmos podem contar e contar para uma audiência tão grande quanto os outros meios de comunicação têm.

Apesar de os movimentos sociais serem apontados, no próprio sítio da agência e em entrevistas dadas pelos coordenadores, como fontes privilegiadas; a Adital rejeita o rótulo de porta-voz dos movimentos sociais

Não nos consideramos porta-vozes. Antes de tudo, Adital é considerada um excelente canal de repasse das informações vindas dos próprios movimentos sociais. Acreditamos que os movimentos sociais são porta-vozes de si mesmos. O que fazemos é evidenciá-los através de suas atividades e de suas propostas, transformando os fatos em notícias. Não se trata de querer falar pelos outros, mas de exercer a função social que a realidade exige atualmente dos meios, defendendo um jornalismo social que leva a mudanças nas relações sociais, porque consegue abrir espaço na mídia aos novos atores sociais. Ao mesmo tempo, difunde o pluralismo enriquecedor das culturas como maneira diferente de perceber a vida dentro de caminhos coletivos. Falamos, portanto de democratização da informação, que significa quebrar o monopólio dos meios de comunicação; multiplicar o número de donos dos meios; o direito de todos os cidadãos ao acesso à informação de qualidade; a valorização das fontes de informação, especialmente as que constroem cidadania (Conceição Rosa, em entrevista por e-mail).

Mesmo não se colocando como porta-voz dos movimentos, os coordenadores da agência entendem que ela tem contribuição importante no processo de organização e articulação dos movimentos sociais. “Considerando que o intercâmbio da informação entre os países latino-americanos e caribenhos ainda é incipiente ou tergiversada, o fato de apresentarmos a informação nas duas línguas e a partir da ótica de sujeitos sociais historicamente excluídos (povos indígenas, mulheres, negros, portadores de deficiências, etc...) contribui no processo de organização e articulação dos movimentos sociais” (Conceição Rosa, coordenadora da Adital, em entrevista por e-mail).

Para Góes, ser um espaço que privilegia os movimentos sociais não torna os media alternativos; na prática jornalística, forma e conteúdo, pode haver semelhanças com os meios de comunicação tradicionais. Dentre os elementos jornalísticos dos media alternativos dos movimentos sociais, destacam-se a seleção (pauta) e framing²⁴ (enquadramento) das notícias. Na entrevista com a editora da Adital, vimos que essa discussão de Góes é válida pois também na Agência os critérios de escolha da pauta são o valor-notícia, a factualidade. Na Adital, que pautas são essas que fazem dela um medium alternativo?

²⁴ Framing consiste em selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e destacá-los em um texto comunicativo, de tal forma que promova uma particular definição de problema, interpretação de causa, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento. O framing guia como as pessoas entendem o mundo e, assim, formam julgamentos. (ENTMAN *apud* Góes, 2006: 6)

“A mídia alternativa divulga temas que a imprensa tradicional geralmente ignora, evita ou oculta, tais como o aquecimento global, os perigos do alimento geneticamente modificado, as violações dos direitos humanos. São assuntos emergentes que são cobertos antes de alcançarem a mídia”. (GÓES, 2006: 6). Enquanto os media tradicionais têm uma tendência a privilegiar o poder, os alternativos privilegiam o fraco e o marginal, oferecem a perspectiva de baixo e falam o “não-falado”. Colocam em pauta o que é desprezado ou esquecido pelos grandes meios de comunicação (HARCUP apud Góes, 2006: 6).

Góes destaca a importância da pauta, mas considera que mais importante que a seleção de pauta de temas específicos, desprezados pelos grandes meios de comunicação, o que caracteriza principalmente os media alternativos é o enquadramento, ou framing (como é conhecido no meio jornalístico), dado para as notícias, a linha narrativa ou organização de idéia central.

Segundo diversas pesquisas, ao menos cinco fatores podem potencialmente influenciar o modo como os jornalistas enquadram uma questão: normas sociais e valores, pressões e constrangimentos organizacionais, pressões de interesses de grupos, rotinas jornalísticas e orientações políticas e ideológicas dos jornalistas. Deste modo, a formação do framing pode ser explicada pela interação de normas e práticas jornalísticas e a influência de grupos de interesses (GÓES, 2006: 6).

Apesar de a Adital ser uma agência de notícias e isso pressupor que ela pautar os meios de comunicação; os coordenadores da agência têm a exata noção de que esse trabalho é árduo e que o público maior da Adital são os próprios integrantes dos movimentos ou aqueles já próximos a eles. São mais de 30 mil cadastrados, cujo perfil se compõe de pesquisadores e professores de ensino superior, profissionais liberais de diferentes categorias, ONGs, associações, sindicatos, instituições públicas e privadas, estudantes, pessoas ligadas a diferentes confissões religiosas.

Se a agência não alcança a Folha de São Paulo ou o Jornal o Globo, o coordenador geral da Adital, Pe. Ermanno, destaca que é importante chegar pelo menos a jornalistas influentes, que escrevam nesses jornais e que se não têm o material da Adital colocado na pauta, eles têm pelo menos – por interesse pessoal – essa outra visão da notícia.

Pequenas ações como essas vão ajudando a minar a hegemonia dos media tradicionais. Os media alternativos têm fôlego para quebrar essa hegemonia? Parece-me que não, mas têm pelo menos fôlego para pequenas vitórias.

Há alguns anos, não se ouvia em noticiários da TV, de rádios ou nos jornais de grande circulação notícias exclusivas sobre os movimentos sociais, sindicais... Atualmente, é impossível a grande mídia ignorá-los... Creio que essa é uma variável que demonstra o alcance da mídia dita alternativa... No caso da ADITAL, há um público diferenciado, formadores de opinião que reproduzem nosso material em seus blogs, imprimem e levam para debater em sala de aula ou anexam nos

murais de suas associações; profissionais que solicitam autorização para reproduzi-los em livros didáticos, entre outras coisas. Temos uma relação bem frutífera com POONAL (México-Alemanha), que traduz nosso material para o alemão; com DIAL (França); América.org (EUA), que traduz para o inglês, Americaonline (Itália). Um desafio é alcançar os leitores potenciais que não fazem parte desse circuito dos movimentos sociais, ou seja, o cidadão comum, que tem acesso, quando muito, àquele jornal sensacionalista. Esperamos que através de programas de inclusão digital esse público passe a ter acesso a essa 'outra' informação (Conceição Rosa em entrevista por e-mail).

Os exemplos que vimos no capítulo anterior de Chiapas são esperançosos para os movimentos. No entanto, nem a luta dos zapatistas terminou, como a da maioria, como a do MST, enfrenta resistência frequente.

Quando se fala em Adital, os jornalistas mais tradicionais, dos grandes veículos, tecem logo a crítica de que se trata de um conteúdo viciado, panfletário, acrítico dos movimentos sociais e em defesa deles. De acordo Ford e Gil, essa crítica não é uma exclusividade da Adital, “críticos da Internet afirmam que a informação que circula na rede é muitas vezes inconfiável, transitória e tendenciosa. Há alguma verdade nisso. Os websites podem apresentar conteúdos subjetivos e tendem a mudar de endereço ou desaparecer por instabilidade organizacional, falta de recursos ou mudança nas condições dos autores. Mas essa crítica, em vez de construtiva, priva os leitores da Internet do exercício de poder, pois, em primeiro lugar, supõe que eles não exercem o juízo crítico ao dar credibilidade às fontes ou avaliar as situações de diferentes pontos de vista. Em segundo lugar, o problema da estabilidade poderia ser compensado com financiamentos para o arquivamento sistemático das fontes. Por último, essa crítica ignora o fato de que o medium oficial também representa pontos de vista particulares e com frequência divulga informações que estão longe de constituir a verdade total” (FORD e Gil, 2002: 274-275).

Seja pelas críticas editoriais à “parcialidade” da notícia, dificuldades de produção dessas ou enormes problemas financeiro, o trabalho desenvolvido pela Adital se coloca com uma busca dos movimentos sociais do ideal de ter voz para ter vez nesta sociedade. As críticas ao modo de produção da agência ou à tendência das notícias partem dos meios tradicionais, ou dos que deles são fortes adeptos. Nunca foi um verdade absoluta que o modo como esses meios tradicionais fazem jornalismo é o modo único. Cada um trabalha com as dificuldades e os limites que a realidade (especialmente a financeira) lhes impõe. Se os grandes meios detivessem a verdade sobre o fazer jornalístico, não tinha tanta gente, tantas (boas) histórias excluídas e esquecidas pelo mundo.

O objetivo deste trabalho é entender como essas outras histórias estão sendo contadas, que novas oportunidades elas têm de chegar ao público e, assim, conquistar a almejada maior democracia da comunicação.

Considerações finais

Quando decidi desenvolver este trabalho sobre as relações entre os novos media e os movimentos sociais, trazia comigo vários questionamentos, mas julgava carregar também algumas certezas. Não eram certezas inflexíveis, senão o trabalho já se teria iniciado morto, incapaz de trazer novidades ou discussões. Eram, no entanto, ideias que eu tinha como verdades. Mas como entre o conhecimento do senso comum e a pesquisa acadêmica sempre há um caminho a realizar, tive o prazer de ser surpreendida.

Assim, é importante destacar que a Web, vista sempre como o maior expoente das novas tecnologias no mundo ciberativo, tem a concorrência das mensagens de texto enviadas a partir dos telemóveis. Os e-mails, os sites, as campanhas de doação, os abaixo-assinados têm sua importância e força, são capazes de intervenções fortes como os protestos anti-globalização em Seattle, Washington e Praga. Mas, como ressaltam os mobilizadores através dos telemóveis, a Web ainda é marcada pela exclusão da maioria, enquanto os aparelhos telefônicos móveis já são mais de três bilhões no mundo – ou seja, um em cada dois habitantes do planeta está conectado ao telemóvel. Assim, o trabalho deixou-me mais uma indagação: serão os telemóveis o novo “boca a boca”, uma das mais eficientes formas de comunicação em todos os tempos? As eleições legislativas espanholas podem ser uma boa dica de caminho a ser investigado...

Durante o trabalho, pudemos perceber que, atualmente, nem os movimentos com forte presença nas ruas, como é o caso do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), no Brasil, atuam totalmente livres dos novos meios. Nas páginas acima, vimos que o MST se apropriou, sim, das novas tecnologias para atuar. Tem um sítio, com notícias atualizadas praticamente diariamente – além de inúmeros outros documentos, análises, dados – e está presente em páginas de relacionamento como o Orkut e o My Space. Articula-se através do envio de e-mails. No entanto, ainda enfrenta o que talvez seja o maior problema dos ciberativistas: a maioria do público que o segue na internet já simpatiza com o movimento. Ou seja, as atividades comunicacionais na internet não são capazes de angariar novos adeptos e, ou, simpatizantes para o movimento.

Essa também parece ser uma das principais dificuldades da Adital. Criada para ser uma Agência de Notícia, e assim cumprir com a determinação da Unesco de tornar este mundo, um mundo de muitas vozes, a Adital tem em seus quase 30 mil acessos diários (dados do cadastro da própria Agência) um público formado, majoritariamente, por estudantes e professores universitários, organizações não governamentais, integrantes de movimentos sociais. Um público que é caracteristicamente simpatizante das fontes que a Agência utiliza, ela não está a alcançar novos

públicos. O que falta à Agência para alcançar seu objetivo? Mais divulgação de seu nome? Credibilidade? O distanciamento de uma visão que atrela o conteúdo produzido nela a um jornalismo subjetivo e partidário? Parece ser esse último o caminho mais crível.

Pode-se perceber também com o trabalho que, no sentido de chegar a lugares mais distantes, os novos media mudaram também uma das características fortes dos movimentos sociais: a localidade. Antes, eles, de um modo geral, se restringiam aos problemas locais – dos bairros, dos empregos, da terra. Hoje, eles têm alcance mundial. Tratam de meio-ambiente, globalização, efeitos do capitalismo, direitos humanos. Um preso político na África ganha adeptos na luta por sua libertação de todos os lugares do mundo. Esse é o papel, por exemplo, da Anistia Internacional, que pretende levar a todos os cantos as lutas de cada um. Essa é com certeza, uma das vantagens da Internet, sua capacidade de divulgar a notícia de tal modo que o produtor da informação não sabe nem a que cantos do planeta ela chegou.

No entanto, não se pode cair no ufanismo dos adoradores da rede mundial de computadores. As possibilidades democráticas por ela oferecidas estão por todos os lados sendo questionadas. São legislações criadas com o objetivo de impor a censura, são conglomerados dos media querendo transformá-la apenas em um produto de consumo, as tentativas de empresários de comercializar e ter ganhos financeiros. Vale destacar, como foi feito no trabalho, que praticamente todos os meios de comunicação surgiram com a esperança de serem mais democráticos que os anteriores e, sempre, foi conseguido uma maneira de limitá-los. Não deixar que a Internet siga o mesmo caminho é uma função de toda a sociedade.

Apesar dos avanços, ainda são muitos os desafios. Os novos meios não conseguiram modificar a apatia de mobilização que atinge a população mundial. A necessidade de construir algo diferente parece ainda distante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Érico G. (2006) O novo protesto: ativismo político midiaticizado. In: COGO, Denise & MAIA, João. Comunicação para a Cidadania. Rio de Janeiro. Editora UERJ.

AYALA, Francisco. (1984) La Retorica del Periodismo. Madrid, Espasa-Calpe, S.A.

BAUDRILLARD, Jean. (2002) Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Trad. de Juremir Machado da Silva. 3.ed. Porto Alegre: Sulina.

BEBIANO, Rui. (1999) O ciberativismo e a experiência da cidadania global. Síntese de intervenção pública produzida no Porto, em Setembro de 2009.

BLOOD, Robert (2000). Activism and the Internet: From e-mail to new political movement. Journal of Communication Management. Vol.5 No.2. Henry Stewart Publications.

BOBBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. (1997) Dicionário de política. Tradução Carmem C. Varriale et al. 10.ed. V. 2. Brasília: Universidade de Brasília.

BOGO, Kellen Cristina. (2000) A História da Internet - Como Tudo Começou... Disponível em < <http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia> >. Acesso em 14 jun. de 2009.

CASTELLS, Manuel. (1997) A Era da Informação: o Poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra.

_____. (2003) A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar.

COHEN, Bernard. (1963) *The Press and Foreign Policy*, Princeton, Princeton University Press.

DAHLBERG, L. (2001) Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis. Journal of Computer-Mediated Communication. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html>.

DOWNING, John D. H. (2002) Mídia Radical: Rebeldia Nas Comunicações E Movimentos Sociais. Editora: Senac São Paulo.

ECO, Umberto (2005). Como se faz uma tese. São Paulo: Ed. Perspectiva.

EISENBERG, José. (2001) Política, democratização e cidadania na Internet. Entrevista concedida à Revista Ciência Hoje, Minas Gerais, vol.29, número 169, março de 2001, pp.6-10. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/entrevista.pdf>

ESTEVES, João Pissarra. (2003) Espaço Público e Democracia. Lisboa: Edições Colibri.

FERREIRA, Aurélio. (1988) Minidicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

FONSECA, Isabel Costa da. (2006) Estratégias de Comunicação do MST para se inserir na Esfera Pública. Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação. Ano 1 n. 1.

FORD, Tamara & GIL, Genève. (2002) A Internet Radical. In: DOWNING, John D. H. Midia Radical: Rebeldia Nas Comunicações E Movimentos Sociais. Editora: Senac São Paulo. 1ª Edição.

GÓES, Laércio P. T. (2006) A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web. Trabalho apresentado na Sessão Coordenada Internet e Política II, do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política. Salvador-BA.

GOHN, Maria da Glória. (1997) Teoria dos Movimentos Sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Loyola.

_____. (2000) Midia, Terceiro Setor e SMT: impactos sobre o Futuro das cidades e do campo. Petrópolis, RJ. Editora Vozes.

GÓMEZ, Guillermo O. (2008) Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis (org.). Sociedade Midiatizada. Editora Mauad.

HABERMAS, Jürgen. (1997) Direito e Democracia. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.

KUCINSKI, Bernardo. (2003) Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Edusp).

LEMOS, A. L. M. (2004) Cidade Ciborgue. As cidades na Ciberultura. Galáxia, São Paulo, v. 8, n. out.2004, p. 129-148.

LESSIG, L. (2001) Innovation, Regulation, and The Internet. Interact, n.4, Novembro 2001. Disponível on-line: <http://www.interact.com.pt/interact4/default.htm>

LEVY, Pierre. (1999) Ciberultura. Editora: EDITORA 34. 1a. Edição.

MILHOMENS, Lucas. (2009) MST, Esfera Pública e Ciberativismo: um novo espaço para o debate. Revista Conexões Midiáticas. n 1 – Março-Agosto.

MORAES, Dênis de. (2004) A lógica da mídia no sistema de poder mundial. Eptic, Vol. 6, no 2, pp. 16-36, 2004.

_____. (2001) O ativismo digital, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/moraes-denis-ativismo-digital.pdf>

_____. (2000) Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. Revista Intercom Vol. 23, No 2. Disponível em <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/759/545>

NADALES, Antonio J. Porras. (2004) Las Elecciones Generales de Marzo de 2004: Aspectos Problemáticos y Consecuencias. Revista de Estudios Políticos (Nueva Época). Núm. 126. Octubre-Diciembre.

PAIVA, Clarice. (2002) Um mundo e poucas vozes. Trabalho apresentado no NP10 – Núcleo de Pesquisa Economia Política e Políticas Públicas de Comunicação, XXV. Congresso Anual em

Ciência da Comunicação, Salvador, BA.

PERUZZO, Cicilia M.K. (1998) Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. São Paulo: Vozes.

PICKERILL, Jenny. (2003) Cyberprotest: Environmental Activism Online. Manchester University Press.

PINHO, J. B. (2003) Jornalismo Na Internet: Planejamento E Produção Da Informação On-Line. Editora Summus.

PRETTO, Nelson De Luca e FERREIRA, Simone de Lucena. (2007) Educação, Inclusão Sociodigital e o Sistema Brasileiro de Televisão Digital. *Linhas Críticas* - Revista da Faculdade de Educação, Universidade de Brasília (UnB). V. 13, número 24 - p. 37-52, jan.-jun. . Disponível em http://www.fe.unb.br/linhascriticas/linhascriticas/24/educacao_inclusao.html

SADER, E. e JINKINGS, I. (2006). Enciclopédia Contemporânea da América Latina e do Caribe. São Paulo: Boitempo Editorial.

SANTAELLA, Lúcia. (2003) Cultura das Mídias. São Paulo: Ed. Experimento.

SIMÕES, Daniela Martins. (s/a) Apostila de Metodologia Científica. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp>
source=DYNAMIC, blog.BlogDataServer, getBlog&pg=1&template=3948.dwt&tipo=1§ion=Bl
ogs&p=1&coldir=2&blog=255&topo=3994.dwt&uf=1&local=1

TRAQUINA, Nelson. (2004) As Teorias do Jornalismo, Vol.2. Insular.

UGARTE, David de. (2007) El Poder de las redes: Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo e las redes. Obra entregue ao domínio público pelo autor. Disponível em: http://deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf.

VEGH, Sandor. (2003) Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). Cyberactivism: online activism in theory and practice. London: Routledge.

WOLTON, Dominique (1992) Les Contradictions de l'Espace Publique Médiatisé. *Hermès*, n.º 10, Paris.

Meios eletrônicos

Site da Agência Adital: www.adital.com.br

Site Mapuche: <http://www.mapuexpress.net/>

Site Mobile Active: www.MobileActive.org

Site do MST: <http://www.mst.org.br/>

Jornais

O Estado de São Paulo. Entrevista com a Pesquisadora Katrin Verclas. Título: Pesquisadora Katrin Verclas, da ONG MobileActive, defende revolução pelo celular, 20/9/2007. Disponível em: <http://topicos.estadao.com.br/fotos-sobre-mobilidade/pesquisadora-katrin-verclas-da-ong-mobileactive-defende-revolucao-pelo-celular-2092007,d50aceac-0a12-4275-9007-f156649004c8>.